

**Proceso de valoración turística del centro de peregrinación mariano del municipio de
Piendamó cauca como instrumento para planificación turística**



Angie Beatriz Sarria Campo

Universidad del Cauca

Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas

Programa de Turismo

Popayán, Cauca

2021

**Proceso de valoración turística del centro de peregrinación mariano del municipio de
Piendamó cauca como instrumento para planificación turística**



Angie Beatriz Sarria Campo

Trabajo de grado en modalidad de investigación, presentado como requisito para optar al
título de profesional en turismo

Director

Mg (C). Gustavo Fuentes

Universidad del Cauca

Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas

Programa de Turismo

Popayán, Cauca

2021

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Popayán, octubre 2021

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada a mi madre, quien a través del tiempo me enseñó que incluso el trabajo más grande se puede alcanzar con un paso a la vez. Y a la memoria de mi padre, quien me enseñó que la autodisciplina y el amor son el primer paso al éxito. Los Amare Siempre. Gracias.

Agradecimientos

Agradezco inicialmente a Dios por mi vida, por permitirme llegar hasta este punto de la vida.

Gracias a mi familia, a mi padre Rossevelt Sarria y mi madre Beatriz Campo por ser los principales promotores de mis sueños. Gracias por creer en mí.

Gracias a mis hermanas Carol Marcela, Deisy Viviana, Karen Daniela. Por estar presentes en mi vida en todo momento, Gracias por su amor incondicional para salir adelante.

Gracias a mis sobrinos. Por ser la alegría en los días más duros.

Gracias a mis amigas y amigos que con su amistad y compañía hicieron parte de este proceso.

Gracias a la Universidad del Cauca por permitirme formarme como profesional.

Gracias a cada profesor por su conocimiento y guía durante el proceso.

Y finalmente Gracias a ti que tomas parte de tu tiempo para apreciar mi trabajo y permitir que mi experiencia, investigación y conocimientos incurran en tu formación.

Tabla de contenido

Resumen.....	15
Abstract.....	16
Introducción.....	17
Capítulo I: Aspectos generales del proyecto.....	19
1.1. Planteamiento del problema.....	19
1.2. Objetivos	20
1.2.1. Objetivo General.....	20
1.2.2. Objetivos Específicos.....	20
Capitulo II: Marco referencial.....	21
2.1. Localización del área de estudio	21
2.1. Estado del arte	23
2.2. Marco teórico	27
2.3. Marco contextual.....	36
2.3.1. Cerro de Monserrate	36
2.3.2. Catedral de Sal.....	36
2.3.3. Basílica del Señor de los Milagros.....	37
2.3.4. El Santuario de las Lajas.....	38
2.3.5. Reseña Histórica de Piendamó.....	38
2.3.6. Reseña Histórica del Centro de Peregrinación de Piendamó.....	39
Capitulo III: Metodología.....	41
3.1. Etapa 1: Revisión Teórica.....	42
3.1.1. Palabras Claves	42
3.1.2. Bases de datos	43

3.1.3. Selección y Análisis de los documentos	44
3.2. Etapa 2: Selección del Modelo de Valorización	44
3.2.1. Recurso del templo	45
3.2.2. Conservación y Mantenimiento	46
3.2.3. Promoción del templo	47
3.2.4. Señalización	47
3.2.5. Información y Visita	48
3.2.6. Servicios Turísticos.....	48
3.2.7. Servicios Religiosos.....	49
3.2.8. Modelo de Gestión.....	49
3.2.9. Accesibilidad.....	50
3.2.10. Seguridad	51
3.3. Etapa 3: Aforos	51
3.4. Etapa 4: Recolección de datos	52
3.5. Etapa 5: Elaboración estratégica de promoción.....	53
Capitulo IV: Análisis de resultados.....	55
4.1. Aplicación y análisis del instrumento de valoración sobre el centro de peregrinación.....	55
4.1.1. Aforos	55
4.1.2. Encuesta	57
4.1.3. Tabulación y análisis de resultados.....	59
4.1.4. Valoración de ítems	86
4.2. Recomendaciones basadas en el resultado arrojado por la valoración.....	106
4.3. Formulación de estrategias que aporten a la planificación turística del centro de peregrinación.....	107

Conclusiones.....	111
Referencias bibliográficas.....	114
Anexos	124

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Estado del arte.....	23
Tabla 2. Modelos de valoración.....	25
Tabla 3. Modelo de valoración	45
Tabla 4. Tabla cruzada: Edad * Sexo.....	59
Tabla 5. Tabla cruzada: Sexo * Para usted ¿Cuál es la definición correcta del turismo?.....	60
Tabla 6. Tabla cruzada: Sexo * Conforme a la pregunta anterior ¿Sabe usted que es el turismo religioso?.....	61
Tabla 7. Tabla cruzada: Sexo* ¿Cuál es su motivo de visita al Centro de peregrinación Mariano del municipio?.....	62
Tabla 8. Tabla cruzada: Sexo*Para usted, ¿Cuál es la característica más atractiva del centro de peregrinación?.....	63
Tabla 9. Tabla cruzada: Sexo* En general ¿Qué tan satisfecho se siente con su visita al Centro de Peregrinación?.....	65
Tabla 10. Tabla cruzada: Sexo* De lo que ha observado en su visita ¿Qué se debe mejorar?.....	66
Tabla 11. Tabla cruzada: Sexo * Basado en su visita ¿Cuál es la probabilidad que recomiende el Centro de Peregrinación como lugar turístico religioso?.....	68
Tabla 12. Tabla cruzada: Sexo * ¿Cuántas veces al año visitas el centro de peregrinación? ..	69
Tabla 13. Tabla cruzada: Sexo * ¿Cree que el número de turistas es?	70
Tabla 14. Tabla cruzada: Sexo * ¿En qué mes considera usted existe mayor afluencia de visitantes?.....	71
Tabla 15. Tabla cruzada: ¿En cuánto tiempo cree usted que la zona podría promover el turismo?	72
Tabla 16. Tabla cruzada: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?	73

Tabla 17. Tabla cruzada: Sexo * ¿Por cuál medio informativo conoció de la existencia del Centro Peregrinación?.....	75
Tabla 18. Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica las vías de acceso?.....	76
Tabla 19. Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica la señalización?	78
Tabla 20. Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica el transporte?	79
Tabla 21. Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica la alimentación?.....	80
Tabla 22. Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica el hospedaje?	82
Tabla 23. Tabla cruzada Sexo*¿Considera que la administración debería apoyar más la promoción del turismo?	83
Tabla 24. Tabla cruzada Sexo*¿De qué manera se podría ayudar al centro de peregrinación para su desarrollo turístico?	84
Tabla 25. Registro fotográfico	98
Tabla 26. Estrategias de planificación “Centro de Peregrinación Mariano”	108

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. División Político Administrativo del municipio de Piendamó-Tunia	22
Figura 2. Mapa del Santuario de la Virgen de Piendamó	22
Figura 3. Aforos día 1	56
Figura 4. Aforos día 2	56
Figura 5. Aforos día 3	57
Figura 6. Variables cruzadas: Edad * Sexo	59
Figura 7. Variables cruzadas: Sexo * Para usted ¿Cuál es la definición correcta del turismo?	60
Figura 8. Variables cruzadas: Sexo * Conforme a la pregunta anterior ¿Sabe usted que es el turismo religioso?.....	61
Figura 9. Variables cruzadas: Sexo* ¿Cuál es su motivo de visita al Centro de Peregrinación Mariano del municipio?	63
Figura 10. Variables cruzadas: Sexo*Para usted, ¿Cuál es la característica más atractiva del centro de peregrinación?	64
Figura 11. Variables cruzadas: Sexo* En general ¿Qué tan satisfecho se siente con su visita al Centro de Peregrinación?.....	65
Figura 12. Variables cruzadas: Sexo* De lo que ha observado en su visita ¿Qué se debe mejorar?	67
Figura 13. Variables cruzadas: Sexo * Basado en su visita ¿Cuál es la probabilidad que recomiende el Centro de Peregrinación como lugar turístico religioso?	68
Figura 14. Variables cruzadas: Sexo * ¿Cuántas veces al año visitas el centro de peregrinación?	69
Figura 15. Variables cruzadas: Sexo * ¿Cree que el número de turistas es?.....	70

Figura 16. Variables cruzadas: Sexo * ¿En qué mes considera usted existe mayor afluencia de visitantes?.....	71
Figura 17. Variable cruzada: ¿En cuánto tiempo cree usted que la zona podría promover el turismo?	73
Figura 18. Variables cruzadas: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?	74
Figura 19. Variables cruzadas: Sexo * ¿Por cuál medio informativo conoció de la existencia del Centro Peregrinación?.....	75
Figura 20. Variables cruzadas Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica las vías de acceso?	77
Figura 21. Variables Cruzadas Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica la señalización?	78
Figura 22. Variables cruzadas Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. Usted cómo califica. ¿Usted cómo califica el transporte?	79
Figura 23. Variables cruzadas Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica la alimentación?.....	81
Figura 24. Variables cruzadas: Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica el hospedaje?	82
Figura 25. Variables cruzadas Sexo*¿Considera que la administración debería apoyar más la promoción del turismo?	83
Figura 26. Variables cruzadas Sexo*¿De qué manera se podría ayudar al centro de peregrinación para su desarrollo turístico?	85
Figura 27. Piendamó, Morales y veredas aledañas	87
Figura 28. Entrada Centro de peregrinación	88
Figura 29. Templo del santuario de la virgen del rosario de Piendamó	88
Figura 30. Oratorio.....	89

Figura 31. Sendero hacia el santuario	90
Figura 32. Santuario de la virgen del Rosario.....	91
Figura 33. Informe Ambiental Santuario de la Virgen Piendamó – Cauca	97
Figura 34. Modelo Diamante Porter 1980	101

Lista de anexos

	Pág.
Anexo 1. Encuesta	124
Anexo 2. Certificación días de mercado	127
Anexo 3. Carta: Solicitud de información vía 2601 Piendamó-Morales	128
Anexo 4. Respuesta solicitud de información vía 2601 Piendamó – Morales.....	129
Anexo 5. Carta gestión de convenio de seguridad Centro de Peregrinación Mariano	135
Anexo 6. Respuesta de carta convenio de seguridad Centro de Peregrinación Mariano.....	136

Resumen

El presente trabajo se desarrolló en el municipio de Piendamó departamento del Cauca entre los años 2019-2020. La investigación consistió en realizar una valoración turística en el Centro de Peregrinación Mariano como instrumento de planificación turística. Se utilizó la metodología denominada “Modelo – Guía Valoración Turística Del Patrimonio Religioso: Los Templos De Jerez de la Frontera”; la cual permitió su aplicabilidad sin contratiempos, ya que se basó en la evaluación de diferentes ítems o factores que conforman el lugar turístico y continuamente complementan el servicio que ofrece, cada ítem se valoró de manera independiente para obtener un diagnóstico más específico de falencias y fortalezas. Dentro del proceso de investigación inicialmente se concretó el modelo de valoración turística a aplicar, según las características del lugar objeto de estudio, consecutivamente se aplicó el modelo de valoración para su respectiva observación. la metodología tuvo como apoyo secundario la realización de aforos en días específicos que dejo ver la afluencia de turistas y peregrinos en el Centro de Peregrinación, además se aplicó una encuesta que permitió conocer opiniones en temas entorno a la frecuencia de visita al lugar, motivo de visita, satisfacción, pagos sugeridos, medios de información, entre otros. Por lo cual basados en estos resultados de la investigación se revelo que el Centro De Peregrinación Mariano debe implementar modelos o crear planes en planificación y gestión turística que contribuyan al desarrollo del centro de peregrinación como destino turístico religioso.

Palabras claves: Centro de Peregrinación, Valoración turística, Turismo religioso, Planificación turística, Gestión turística.

Abstract

The following assignment was developed in the municipality of Piendamó department of Cauca between the years 2019-2020. The research consisted of making out a tourist valuation in the Marian Pilgrimage Centre as a tool for tourist planning. We used the methodology called "Model - Tourist Valuation Guide of the Religious Heritage: The Temples of Jerez de la Frontera"; which allowed its application without mishaps, since it was based on the evaluation of different items or factors that make up the tourist site and continuously complement the service it offers, each item was evaluated independently to obtain a more specific diagnosis of shortcomings and strengths. As part of the research process, the tourism valuation model was initially applied, according to the characteristics of the site under study, the valuation model was applied consecutively for its respective observation. the methodology had as secondary support the realization of seats in specific days that let see the influx of tourists and pilgrims in the Center of Pilgrimage, in addition a survey was applied that allowed to know opinions in topics around the frequency of visit to the place, reason for visit, satisfaction, suggested payments, media, among others. Therefore, based on these research results, it is revealed that the Marian Pilgrimage Center should implement models or create plans in tourism planning and management to contribute to the development of the pilgrimage center as a religious tourist destination.

Keywords: Pilgrimage Centre, Tourist Assessment, Religious Tourism, Tourist Planning, Tourist Management.

Introducción

Según el anuario pontificio escrito por la Santa Sede, Colombia se ubica en el séptimo lugar con el mayor número de católicos en el mundo con un total de 45.3 millones de feligreses (Vida, 2017, Párr. 1). De acuerdo a lo anterior a nivel nacional existen lugares dedicados a la fe católica, como el Cerro de Monserrate ubicado en el D.C. Bogotá, la Catedral de Sal en Zipaquirá departamento de Cundinamarca, la Basílica del Señor De Los Milagros en Guadalajara de Buga, Valle del Cauca, el Santuario Nuestra Señora de las Lajas, Ipiales Nariño y el Centro De Peregrinación Mariano ubicado en el municipio de Piendamó Cauca, todos vinculados a la industria turística.

En esta industria se encuentra la planificación turística que, de acuerdo con Gunn, “es la herramienta para el desarrollo de destinos, y cuyo foco de atención debe ser principalmente la generación de beneficios y empleos, así como asegurar la conservación de los recursos y la satisfacción de los visitantes” (1979, p. 205).

Conforme a la percepción anterior el Centro de Peregrinación Mariano en Piendamó evidencia falta de planificación y gestión en turismo. Así que apoyados en esto se realizó una valoración turística en el lugar para conocer el nivel de desarrollo actual. Por consiguiente.

La presente investigación consto de cuatro capítulos: El primer capítulo denominado aspectos generales del proyecto plantea la problemática actual que vive el Centro de Peregrinación frente a la falta de reconocimiento, planificación y gestión; establece un objetivo general el cual se encargará de direccionar la investigación junto a objetivos específicos que le permitirá su cumplimiento; el capítulo 2 abarca todo el marco teórico referencial del trabajo dividido en el estado del arte, marco teórico y el marco conceptual, en el capítulo 3 comprende el modelo metodológico en el cual se describe el enfoque, tipo de investigación e instrumentos utilizados para el cumplimiento de los objetivos específicos de la investigación. Continuamente

el capítulo 4 engloba la aplicación y el análisis del Modelo Guía de Valoración turística al Centro de Peregrinación estableciendo las conclusiones generales de los resultados más significativas de la investigación.

Capítulo I: Aspectos generales del proyecto

1.1. Planteamiento del problema

A través del paso de los años la industria turística ha crecido notoriamente, tanto, que de acuerdo con la ley 1558 de 2012 por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 se dictan otras disposiciones. Modifíquese el artículo 1o de la Ley 300 de 1996, el cual quedará así: “Artículo 1o. Importancia de la industria turística. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social. Como industria que es, las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos en materia impositiva, serán las que correspondan a la actividad industrial o comercial si le es más favorable. El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional” (Art. 2).

Lo que ha generado el desarrollo de los destinos turísticos; sin embargo, algunos poseen mayor reconocimiento frente a otros destinos. El reconocimiento de los destinos turísticos depende de la intervención que se tenga sobre ellos, lo que marca la importancia de realizar procesos de reconocimiento que permitan difundir un producto o lugar turístico, para que propios y visitantes se interesen en conocerlo. Esta problemática puede estar presente en algunos lugares de Colombia, debido a la falta de atención a estos procesos.

Como es el caso del Centro de Peregrinación Mariano del municipio de Piendamó departamento del Cauca, que, con su presencia, pero poco reconocimiento, hace evidente la necesidad de implementar un modelo de valoración turística, que brinde la información necesaria para mejorar la planificación y gestión estratégica, con la finalidad de interactuar más en el sector turístico y consolidarse como destino turístico religioso.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Aplicar el proceso de valoración turística en el Centro de Peregrinación Mariano de la Virgen del Rosario situado en el municipio de Piendamó en el departamento del Cauca.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Buscar y seleccionar el modelo de valoración turística.
- Describir el proceso de valoración turística del Centro de Peregrinación Mariano de Piendamó Cauca.
- Analizar los resultados arrojados por la valoración sobre el Centro de peregrinación Mariano.
- Formular estrategias para su planificación turística.

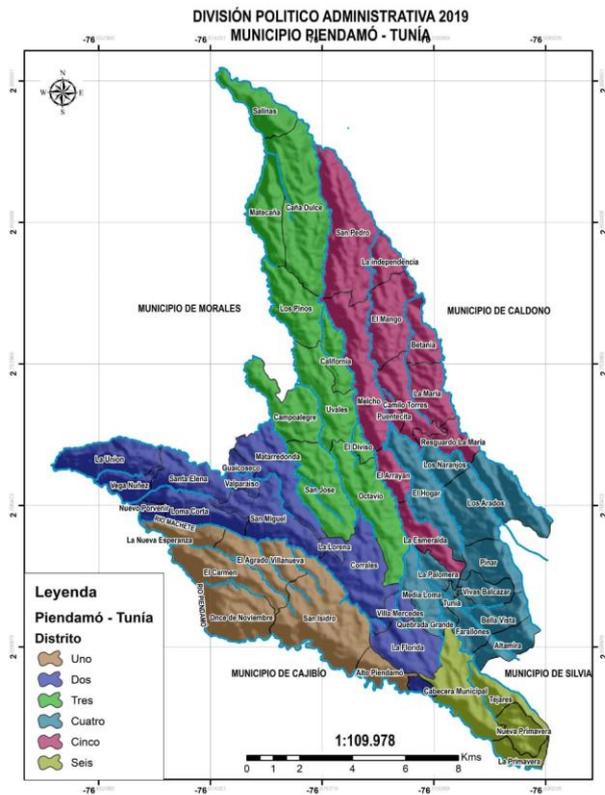
Capítulo II: Marco referencial

2.1. Localización del área de estudio

La investigación se realizó en El municipio de Piendamó – Tunía, se encuentra ubicado en la región centro del Cauca. En la cabecera municipal la actividad económica de las personas se agrupa en el comercio de bienes y servicios, informalidad laboral e iniciativas empresariales de pequeña escala. A nivel rural la actividad económica principal está ligada a la producción de café, caña, panelera, flores, aguacate y musáceas (Ver figura 1).

Según el Plan de Desarrollo Territorial denominado “Pacto Comunitario por La Paz 2020 – 2023”, el municipio de Piendamó fue fundado en el año 1924 y toma el nombre del Cacique “Piendamu” líder indígena de la región. La localización geográfica del Municipio de Piendamó es en la zona centro-norte del Departamento del Cauca (Meseta de Popayán), y su ubicación sobre el eje vial de gran importancia terrestre y comercial, para el Sur Occidente Colombiano conocido como Carretera Panamericana, favorece la articulación que este municipio tiene con el resto del país, determinando una gran influencia territorial significativa para proyectarse a nivel social, cultural y económico.

Figura 1. *División Político Administrativa del municipio de Piendamó-Tunia*



Nota: Plan de Desarrollo Territorial 2020-2023

El trabajo se realizó en el Centro de Peregrinación Mariano en el municipio de Piendamó Cauca.

Figura 2. *Mapa del Santuario de la Virgen de Piendamó*



Nota: (Archivo: Ubicación del santuario Santísima Virgen de Piendamó, s.f)

2.1. Estado del arte

De acuerdo a uno de los objetivos de la presente investigación, el estado del arte se construye a través de la búsqueda de varias fuentes bibliográficas relacionadas con el tema de interés, con el fin de identificar los diferentes conocimientos que existen en torno al tema que se expone en este trabajo.

Por consiguiente, la construcción del Estado del Arte en este trabajo, permitió tener un balance documental que afino la búsqueda de la metodología que se utilizó, puesto que al revisar los documentos o investigaciones afines a los objetivos planteados se tuvieron como criterios de selección los siguientes:

- Viabilidad
- Asentimiento Político
- Posibilidad de aplicar los resultados y recomendaciones
- Ausencia de duplicación

Pasando por la selección de palabras claves y su búsqueda en bases de datos. Continuamos con la selección de investigaciones similares al tema de la presente investigación (Tabla 1).

Tabla 1. *Estado del arte*

Documentos	Reseña
Valoración del paisaje y evaluación del potencial interpretativo como herramienta para el turismo sostenible en el Ecoparque Las Monjas (La Mesa, Cundinamarca).	De acuerdo con los diferentes autores de esta investigación la Mesa Cundinamarca posee un alto potencial en biodiversidad por lo cual crea la necesidad de su protección a través de diversos planes que permita una acción social inmediata y constante para el cuidado de este. Planes que evaluaron el factor ambiental, social y político (Reyes, <i>et al.</i> , 2017, p.177).
Metodología del turismo armónico. Una propuesta de valoración de conocimientos para San Pedro Tultepec de Quiroga, Estado de México.	En este estudio de investigación se expone la aplicación de un modelo teórico metodológico que permitió ejecutar una planificación turística basada en conocimientos de temas como: la relación entre vernáculo-racional de las comunidades; y el análisis de la gestión del turismo armónico como alternativa para el desarrollo local bajo los atributos de la sustentabilidad (Palmas, <i>et al.</i> , 2017, p.717).
Valoración del paisaje en una propuesta de turismo sostenible:	Según la valoración del medio ambiente en el municipio del Tambo en el departamento de Nariño. Esta investigación fue un aporte

la "Ruta del Oro", Nariño (Colombia).	dentro del proceso de evaluación de los sitios con vocación turística que posee frente al turismo sostenible. Para esta investigación se usó un método analítico que ayudo a la determinación de estos sitios y su nivel de competitividad (Delgado & Pantoja , 2016 p.233).
Valoración de las condiciones naturales asociadas con el desarrollo de la actividad turística en el estado de San Luis Potosí, México.	En este trabajo se visualiza la investigación sobre las características biológicas y/o ambientales que posee San Luis Potosí frente a la industria turística. De este estudio sale un aporte que permitió contribuir con el suministro de información para el desarrollo del ecoturismo en el mismo estado (Vázquez, 2007 : 93).
Valoración del índice de actuación sostenible de productos turísticos en el destino sol y playa Varadero.	En la presente investigación se aborda con enfoque multidimensional, multicriterio, y sistémico y de procesos, la evaluación de la sostenibilidad de productos turísticos en el destino sol y playa Varadero, a partir de la valoración de los Índices de Actuación Sostenible (IAS), dada la necesidad de lograr un desarrollo turístico (Vasallo, <i>et al.</i> , 2011, parr.1).
Modelo- Guía De Valoración Turística Del Patrimonio Religioso: Los Templos De Jerez De La Frontera.	En el presente artículo se puede apreciar los resultados de un estudio que busca la apertura de templos religiosos con vocación turística, donde su metodología valora y analiza diferentes factores que complementan la oferta turística que posee el sitio y así contribuir a su buen y constante desarrollo (López, <i>et al.</i> , 2013 : 147).
Valoración agroecoturística de Tepexilotla, Chocamán, Veracruz; desde la perspectiva del visitante.	El agro-ecoturismo busca conservar su cultura y biodiversidad. Tepexilotla, en Chocamán, Veracruz, México, se caracteriza por ser una comunidad de alta marginación y amplia riqueza paisajística, basada en su biodiversidad. Anualmente, esta comunidad recibe turistas en el periodo vacacional de Semana Santa. El objetivo del presente fue valorar el potencial agro-ecoturístico de Tepexilotla como destino turístico desde la perspectiva del visitante. Se caracterizó el perfil y las preferencias de los visitantes mediante 63 entrevistas (Gutiérrez, <i>et al.</i> , 2018, p.10).
El turismo en Cabo Verde: Perfil y valoración del viajero.	Las islas han tenido en los últimos años un cambio significativo en su estructura económica que se ha reflejado en un incremento significativo de su desarrollo económico. En este artículo se analiza la transformación que ha tenido Cabo Verde en la última década gracias, sobre todo, a la actividad turística y al aumento de la construcción. Asimismo, se presentan los resultados de una investigación en la que se analiza la opinión y valoración que de diferentes variables relacionadas con el turismo tienen los viajeros extranjeros que visitan la principal isla turística del país, la isla de Sal (López, <i>et al.</i> , 2015, p.513).
Modelización y valoración integrada de los servicios ecosistémicos del Parque Mar Chiquito, Argentina.	La integración metodológica de valores diferentes en relación a los servicios ecosistémicos (SE) es un desafío metodológico a resolver. El presente trabajo propone integrar valores de mercado y culturales asociados a los SE presentes en la reserva de biosfera Mar Chiquito en el sudeste bonaerense. Esta aproximación metodológica permitió identificar y valorar los beneficios locales del humedal, y detectar que resultan equivalentes a la asignación presupuestaria del municipio homónimo en servicios sociales como la salud, la educación y la promoción del turismo (Guerrero & Zunda , 2018 : 15).
Método del Costo del Viaje.	Según Salvador del Saz Salazar (1997) El método del coste de viaje se aplica a la valoración económica de áreas naturales que cumplen una función recreativa. Se puede afirmar, que es la técnica más antigua de todas aquéllas que tratan de obtener el valor de los bienes que carecen de mercado. Como señala McConnell (1985), su origen se encuentra en una petición realizada por el Servicio de Parques Naturales de los Estados Unidos a diez economistas sugiriéndoles que idearan métodos para poder medir los beneficios

	económicos de la existencia de dichos parques y compararlos con los beneficios que se derivarían si tales áreas se utilizaran para otros propósitos (García, 2014).
Método de los Precios Hedónicos.	El Método de Precios Hedónicos, desarrollado por Rosen en 1974, permite valorar un bien o servicio heterogéneo en función de las características que lo componen (Jansson, 2000).
Evaluación Ecosistémica del Milenio.	La Evaluación de los Ecosistemas del Milenio (EM) fue convocada por el Secretario General de las Naciones Unidas Kofi Annan en el año 2000. Iniciada en 2001, la EM tuvo como objetivo evaluar las consecuencias de los cambios en los ecosistemas para el bienestar humano y las bases científicas para las acciones necesarias para mejorar la conservación y el uso sostenible de los mismos, así como su contribución al bienestar humano (Evaluación de los Ecosistemas del Milenio, 2005).
Método de Valoración Contingente (MVC).	Este método se le distingue por ser directo o hipotético. Tiene como objetivo que las personas expongan sus gustos o preferencias en temas ambientales. La valoración contingente permite el cálculo del valor económico total de un bien o servicio de carácter natural (Riera , s.f.).
Valor Económico Total.	Esta metodología de acuerdo con Gabriel se conoce como la suma de los beneficios que le asignan las personas al medio ambiente. Corresponde a la suma del valor de uso directo, el valor de uso indirecto, el valor de opción y el valor de existencia (Cruz Cerón, 2005).

Nota: Elaboración propia retomado de estudios de investigación contextuales con el objeto de estudio.

En este paso del proceso se obtienen 14 documentos y/o trabajos, en cada uno se evidencia un proceso de valoración en sitios con vocación turística, en estos trabajos también se aprecia que dentro de su metodología se valoran diferentes aspectos que complementan la oferta del sitio.

Pasando por este proceso de análisis se llegó a la parte de una nueva selección más meticulosa donde se eligen 8 metodologías que continuamente se desglosan.

Tabla 2. *Modelos de valoración*

Nombre de Modelo de Valoración	Descripción del Modelo	Ítems del modelo
Valoración del paisaje y evaluación del potencial interpretativo como herramienta para el turismo sostenible en el Ecoparque Las Monjas (La Mesa, Cundinamarca)	En el presente trabajo, se busca determinar el índice de belleza del paisaje basándose en diferentes trabajos ya realizados en el entorno ambiental y en esta zona exactamente (Palacios, <i>et al.</i> , (2017) p. 179).	1.Morfología 2.Vegetación 3.Agua 4.Color 5.Fondo Escénico 6.Rareza

		7.Actuacion Humana
El turismo en cabo verde: Perfil y valoración del viajero	En este trabajo solo se valora el perfil de un viajero, un turista en la industria turística para clasificar los tipos de clientes que se tienen hoy en día en algunas zonas. Y la satisfacción de acuerdo con algunas variables (Tomas, <i>et al.</i> , 2015 p. 513).	<ol style="list-style-type: none"> 1.Edad 2.Nivel educativo 3.País de origen 4.Hospitalidad 5.Reputacion del lugar 6.Actividades 7.Tranquilidad 8.Seguridad 9.Calidad de servicio
Método del Costo del Viaje	El costo del viaje representará el costo de la visita al sitio natural. Cuanto más lejos del sitio natural viven los visitantes menos uso harán del sitio (menor número de visitas) porque la distancia aumenta el costo del viaje. En tanto que quienes viven más próximos al sitio lo usarán más (mayor número de visitas), pues el precio implícito de usarlo (el costo del viaje) será menor (Del Saz Salazar , 1997 : 168).	<ol style="list-style-type: none"> 1.Volumen de visitas 2.Valor Promedio de visita al lugar
Método de los Precios Hedónicos	Según Motta la base de este método es la identificación de atributos o de características de un bien privado que sean complementarias de los bienes y servicios ambientales. Al identificar esta complementariedad es posible medir el precio implícito del atributo ambiental en el precio de mercado cuando se aíslan los otros atributos (1997 : 27).	<ol style="list-style-type: none"> 1.Distancias de lugares 2.Calidad de aire 3.Nivel Socioeconómico 4.Equipamiento Exterior (servicios públicos)
Evaluación Ecosistemica del Milenio	En este método de evaluación se habla o/y se verifica el desarrollo de diferentes actividades de turismo en cierto lugar natural. Dentro del desarrollo de esta evaluación se consideran diferentes factores que complementan el servicio turístico y establecer las medidas de continuidad, modificación, seguimiento y control de estas mismas. Que permitan mantener la actividad turística como una actividad amigable con el medio ambiente (ONU, 2005).	<ol style="list-style-type: none"> 1.Servicios de Provisión 2.Servicios Reguladores 3.Servicios Culturales 4.Servicios de Soportes
Modelo -guía de valoración turística del patrimonio religioso: los templos de jerez de la frontera	La redacción de este Modelo -Guía se enmarca en un proyecto promovido por la Diócesis de Asidonia -Jerez para dar a conocer al público los templos más significativos de Jerez de la Frontera, una ciudad que posee un patrimonio religioso amplio y de gran calidad artística, cuya valorización resulta fundamental para el crecimiento de la localidad como destino turístico (López, <i>et al.</i> , 2013: 142-143).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos del templo 2. Conservación y Mantenimiento 3.Promoción del templo 4.Señalización 5. Información 6. Servicios turísticos 7. Servicios religiosos 8. Modelo de gestión 9.Accesibilidad 10. Seguridad
Método de Valoración Contingente (MVC) (Davis, 1960)	Motta afirma que el MVC busca simular escenarios cuyas características estén lo más cerca posible de las	<ol style="list-style-type: none"> 1.Valor económico de Recursos Naturales 2.Valor de Existencia

	existentes en el mundo real, mostrando que las preferencias reveladas en las investigaciones reflejan decisiones que los agentes tomarían de hecho si existiera un mercado para el bien ambiental descrito en el escenario hipotético (1997 : 27).	
Valor Económico Total	La valoración económica de los recursos ambientales utilizados para la práctica y desarrollo de la actividad turística en base a la propuesta de Costanza et al. (1997), implica considerar tanto los atributos económicos como los sociales y los éticos (Tomio, <i>et al.</i> , 2015, p.174).	1.Valor de Uso 2.Valor de No Uso 3.Valor de Opción 4.Valor de Existencia

Fuente: Elaboración propia con base a las fuentes bibliográficas descritas

En esta parte final tenemos 8 metodologías que demuestran mayor ajuste al lugar objeto de estudio, así que de acuerdo a su utilidad se elige como metodología final el Modelo -Guía De Valoración Turística Del Patrimonio Religioso: Los Templos De Jerez De La Frontera, el cual se enmarca en trabajar en lugares con potencial turístico para contribuir a su crecimiento como destino turístico.

2.2. Marco teórico

El presente marco teórico relaciona las diferentes teorías que permitió orientar la valoración turística en destinos religiosos.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros. Es importante resaltar que, si en este proceso no se pernocta, se considera a las personas como excursionistas; finalmente, los turistas y excursionistas forman el total de visitantes de un lugar determinado (Citado en García Quiroga & Sotelo, 2011, pág. 1-2).

Entre el concepto de turismo se encuentra el “turismo religioso”, el cual “hace referencia a la combinación de dos fenómenos con procesos evolutivos disímiles, como son la religión, la cual tiene raíces ancestrales, y el turismo de desarrollo moderno” (Tobón Perilla & Tobón, 2013). Así mismo, “el turismo religioso se puede definir como una forma de turismo cultural orientada a conocer los diversos enclaves de la manifestación religiosa” (Vicente & Pastor, 2009, p.34).

Además, según Cebrián & García (2014) el turismo religioso en el entorno cristiano se realiza por razones espirituales, devoción religiosa, acercamiento a Dios desde la fe que incluye peregrinaciones, años santos, canonizaciones y festividades religiosas, mismas que pueden vivenciarse desde dos perspectivas, una desde el conocimiento de la religión y otra para la comprensión de la religión; que mediante la interrelación supone mayores flujos de turistas.

Según World Religious Travel Association (WRTA) (citado en Tobón Perilla & Tobón, 2013) señalan que el turismo religioso representa "18 millones de dólares en la industria global con 300 millones de viajeros y 600 millones de viajes anualmente a sitios religiosos emblemáticos en el mundo” (p.239). De acuerdo con lo anterior, este mismo tipo de turismo es una actividad moderna de peregrinaje ya que “Estos peregrinajes hacia lugares santos han existido desde la antigüedad como fenómenos sociales masivos de personas hacia lugares de culto, monasterios o catedrales. Entre las comunidades cristianas, los más visitados son Roma, Ciudad Santa y Santiago de Compostela” Lanzi y Lanzi (Citados en Muñoz , *et al*; 2017, p. 133-146).

Contemplando la actividad de peregrinaje, de acuerdo a Willson, McIntosh, & Zahra (Citado en Tobón & Tobón, 2013) se considera que:

Dichos peregrinajes tenían connotaciones meramente religiosas, y buscaban tener un acercamiento hacia la divinidad, el ofrecimiento de un sacrificio u ofrenda para purgar los pecados u obtener favores personales o familiares. En la actualidad, el turismo ha adquirido esa connotación de espiritualidad (p. 240)

Así mismo, Millán, Pérez, & Martínez (2012) expresan que las afluencias de visitas al destino religioso dependen de la capacidad de atracción que genera la advocación venerada y las manifestaciones culturales que en su honor se realizan en el lugar (fiestas populares, danzas, música y tradición oral).

Consecuentemente, para el desarrollo de estos lugares con vocación turística, según la OMT, “la planificación es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística” (OMT 2004:). Esta teoría es confirmada por Castro soportado por Molina indicando que “la planeación turística ha sido definida de manera general como el proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico de un territorio en particular (2018, p.2).

Adicionalmente, en el contexto de la planificación según Getz (citado por Ivars, 2003: 108) se pueden identificar cuatro enfoques: desarrollista, económico, físico y comunitario. El desarrollista, refiere la tradición dominante de la planificación turística y se caracteriza por tener una posición favorable y acrítica del turismo; ofrece previsiones de demanda turística con fines fundamentalmente promocionales. El económico, concibe al turismo como actividad exportadora, con potencial contribución para el crecimiento económico, el desarrollo regional y la reestructuración productiva; otorga prioridad a los fines económicos - por sobre los ambientales y sociales - sin analizar cómo se distribuyen socialmente los beneficios del turismo. El físico incorpora la dimensión territorial para alcanzar una adecuada distribución de las actividades turísticas en el espacio y lograr usos racionales del suelo; examina los aspectos ambientales, aun que ha desatendido los sociales y culturales. El

comunitario promueve un control local del desarrollo turístico con el fin de que la población sea la beneficiaria, haciendo énfasis en desarrollos de abajo-arriba, no obstante, a la fecha su operación ha mostrado dificultades prácticas.

Igualmente se resalta que la gestión turística es fundamental dentro de la planificación turística, debido a que se considera como un proceso dinámico, interactivo, eficiente, y eficaz; consiste en planear, organizar, liderar y controlar las acciones en la entidad, desarrollado por un órgano de dirección que cuenta con grupos de personas, recursos y autoridad para el establecimiento, logro y mejora de los propósitos de construcción de la organización, sobre la base del conocimiento de las leyes y principios, de la sociedad, la naturaleza humana y la técnica, así como de información en general (Pérez, 2006).

La gestión turística se complementa con la gestión turística del patrimonio cultural, que, de acuerdo con María Velasco Gonzáles, es “la aplicación de conocimientos específicos para la conversión de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos” (2009, p.2).

Por lo tanto, el turismo cultural es concluyente en el turismo religioso puesto que sus actividades se apoyan en el patrimonio relacionado a nivel de religión, economía y social del lugar de carácter religioso. De acuerdo con Serralonga y Hakobian (Citados por Méndez, 2010, p 9) en el turismo religioso existen varios actores, el turista religioso, el peregrino y el turista secular. El turista religioso es aquella persona que viaja por motivos religiosos de fe, que visita lugares sagrados o participa de celebraciones religiosas litúrgicas e incluso realiza actividades no relacionadas a su motivación principal; el peregrino emprende el viaje a un lugar considerado sagrado por actuar allí con Dios, su motivación es la fe, y el destino final es el lugar considerado sagrado y el turista secular, cuyo desplazamiento se debe al ocio, relajación entre otros, pero que a su vez se interesa por las celebraciones religiosas, como así también conocer el valor histórico y artístico de los espacios religiosos.

Por otro lado, Mora et al., (2017) afirman basándose en el autor (Smith, 1992) que, “teóricamente las múltiples y cambiantes motivaciones del viajero, cuyos intereses y actividades pueden moverse del turista al peregrino y viceversa, incluso sin que el individuo se dé cuenta del cambio”

Los sitios religiosos son lugares considerados sagrados, que incluyen santuarios, centros religiosos y rutas religiosas, sitios que se relacionan con algunos personajes históricos religiosos y/o advocaciones marianas; en rutas religiosas un ejemplo puede ser el famoso “camino de Santiago”, que, según Millán Vázquez de la Torre, Morales Fernández y Pérez Naranjo (2010), “La peregrinación a Santiago de Compostela se desarrolla en relación al culto del apóstol Santiago, que según la tradición fue el propagador del cristianismo en la Península Ibérica entre los años 33 y 43 d.C. S”.

En el desarrollo del concepto de turismo religioso, se obtiene un término denominado “avocación mariana”, que de acuerdo al Padre Isaías Velasco hace referencia a “la disposición que la comunidad o persona tiene en su fe de poder ser devotos a la Santísima Virgen en un lugar de su aparición o una advocación específica como la Virgen Desatanudos, la Virgen del Rosario, la Virgen de las Lajas, entre otras; cada advocación es invocar a la virgen María, Madre de Cristo buscando la manera de vivir el amor de Dios. Cada advocación rinde un homenaje a los milagros realizados por la Santísima Virgen” (Velasco, Comunicación personal, 06 de febrero 2021).

En el contexto de lugares sagrados dedicados a la devoción Mariana, el 8 de diciembre de 1854 el Papa Pío IX perteneciente a la Religión Católica, para promover la devoción hacia la Virgen María, Proclama en su Bula Ineffabilis Deus el dogma de la Inmaculada Concepción. “Atestiguaron que la carne de la Virgen tomada de Adán no recibió las manchas de Adán, y, de consiguiente, que la Virgen Santísima es el tabernáculo creado por el mismo Dios, formado por el Espíritu Santo, y que es verdaderamente de púrpura, que

el nuevo Beseleel elaboró con variadas labores de oro, y que Ella es, y con razón se la celebra, como la primera y exclusiva obra de Dios, y como la que salió ilesa de los igníferos dardos del maligno, y como la que hermosa por naturaleza y totalmente inocente, apareció al mundo como aurora brillantísima en su Concepción Inmaculada”. (Dado el 8 de diciembre de 1854. Pío IX).

Conforme lo anterior, las siguientes advocaciones marianas cuentan con el apoyo de la religión católica.

Nuestra Señora del Rosario de Fátima, que tiene lugar en Cova da Iria, Fátima, en Portugal, entre el 13 de mayo y el 13 de octubre de 1917. Tuvo su origen a través del testimonio de tres pastores Lucía dos Santos, Jacinta y Francisco Marto, quienes afirmaron haber presenciado varias apariciones marianas (Revista Cambio de la ciudad de México, 2020).

Santísima Virgen María Desatanudos, de acuerdo con Eduardo Parise, la leyenda mística empezó en Alemania cuando un noble, con sus rezos a la imagen de la Virgen María, pudo mejorar la relación con su esposa. En agradecimiento le pidió a un artista que pintara una imagen que mostrara aquella acción santa. El hombre tomó la imagen mariana y presentó a la Inmaculada Concepción, amparada por el Espíritu Santo y rodeada de ángeles. Además, la mostró pisando la cabeza de una serpiente (símbolo de males y pecados) y con unas cintas enredadas que, tras pasar por sus manos, quedaban lisas. Cuentan que era la forma de simbolizar cómo la fe y el amor podían desatar los nudos de los problemas humanos que traban la comunicación de los seres humanos con Dios. Fue cerca del año 1700 y, en alemán, a esa imagen se la conoció como María als Knotenlöserin. Es decir: María, la que desata los nudos. Y que hoy en día la iglesia católica, no sólo la reconocen como “Madre de Dios, María la que desata los nudos”, sino también como “Madre del buen consejo” y “Patrona de los matrimonios y de los conflictos en la vida de las personas y los pueblos” (Parise, 2015).

Otro ejemplo de advocación Mariana es la Virgen de Guadalupe, según la publicación en la revista Clarín basados en la biografía de Juan Diego Cuauhtlatoatzin publicada por el Vaticano, “El 9 de diciembre de 1531, mientras se dirigía a pie a Tlatelolco, en un lugar denominado Tepeyac, tuvo una aparición de María Santísima, que se le presentó como «la perfecta siempre Virgen Santa María, Madre del verdadero Dios». La Virgen le encargó que en su nombre pidiese al Obispo capitalino el franciscano Juan de Zumárraga, la construcción de una iglesia en el lugar de la aparición. Y como el Obispo no aceptase la idea, la Virgen le pidió que insistiese. Al día siguiente, domingo, Juan Diego volvió a encontrar al Prelado, quien lo examinó en la doctrina cristiana y le pidió pruebas objetivas en confirmación del prodigio. El 12 de diciembre, martes, mientras el Beato se dirigía de nuevo a la Ciudad, la Virgen se le volvió a presentar y le consoló, invitándole a subir hasta la cima de la colina de Tepeyac para recoger flores y traérselas a ella. No obstante, la fría estación invernal y la aridez del lugar, Juan Diego encontró unas flores muy hermosas. Una vez recogidas las colocó en su «tilma» y se las llevó a la Virgen, que le mandó presentarlas al Sr. Obispo como prueba de veracidad. Una vez ante el obispo el Beato abrió su «tilma» y dejó caer las flores, mientras en el tejido apareció, inexplicablemente impresa, la imagen de la Virgen de Guadalupe, que desde aquel momento se convirtió en el corazón espiritual de la Iglesia en México” (Clarín, 2018).

Continuamente, la aparición Mariana Nuestra Señora de las Lajas, este hecho tiene lugar en el año 1754, quien presencia este milagro es la India María Mueses de Quiñones y su hija Rosita en Ipiales, Nariño, Colombia, cuenta la historia que la India María viajaba con su hija la cual era sordomuda de nacimiento y en el camino a casa su hija habló “Mamita, la mestiza me llama”, tiempo después se relata que la niña desaparece y su madre al salir en su búsqueda la encuentra y al llegar a gruta del Pastarán se encontró con un maravilloso

espectáculo: “Al llegar a la cueva vio sin sorpresa a su hija arrodillada a los pies de la Mestiza, jugando cariñosa y familiarmente con el rubio Mesticito” que se había desprendido de los brazos de su Madre. Pero ese evento no fue lo más impactante, el conocer que su hija Rosita resucito es lo que llevo al mundo a venerar a la Virgen de las Lajas y se dice que sus milagros han seguido ocurriendo (Fandillo,2010).

Y eventos como este, han surgido en el departamento del Cauca aquí en Colombia también. En el municipio de Piendamó el día 14 de mayo del año 1971, la niña Dora Lilia Núñez, presencio la aparición de la Santísima Virgen del Rosario, según el relato de Dorita el mensaje fue “quiero que mis hijos oren y recen mi rosario todos los días, bendigo esta fuente para el bien de mis hijos”. Y desde ese preciso momento el Santuario hoy en día Centro de Peregrinación es un patrimonio religioso importante para todos los devotos de la Santísima Virgen y sus milagros (Garrido, 2016).

En los eventos anteriormente descritos priman las devociones marianas, que se definen como “costumbres y prácticas de veneración hacia la virgen María, que son incentivadas con el Concilio de Trento, que se desarrolló entre 1545 y el 1563, cuando se generó un renacimiento de la vida religiosa en la Iglesia católica” (Listin Diario, 2019, párr. 2).

Motivos como estos hacen que estos sitios considerados sagrados requieran ser valorados por sus atributos y de esta manera categorizarlos para otorgarles reconocimiento dentro de la industria turística, por ello se recurre a la valoración turística de estos recursos. Donde la valoración “puede tener lugar en el propio sitio turístico y se considera un conjunto de intenciones y acciones que, con el paso del tiempo, generan, perpetúan o reorientan los usos turísticos, y, por lo tanto, comerciales, de un lugar” (Duque, *et al.*, 2010, p. 203).

Es así como la valoración turística de los recursos, de acuerdo con Blanco se refiere a la fijación de una valoración convencional, que permita establecer una comparación acerca de su calidad turística de recursos de su misma índole (Citado por Ochoa Llamas, *et al.* 2012, parr.15). En la actualidad existen varios métodos de valoración turística como los métodos de valoración directa, métodos de valoración indirecta, métodos de valoración contingente y otros.

Los métodos más comunes y aplicados son el método directo e indirecto. Por un lado, los métodos de valoración directa se basan en precios de mercado disponibles o en observación de cambios en la productividad. Se aplican cuando un cambio en la calidad ambiental o disponibilidad de un recurso afecta la producción o la productividad. Por otro lado, los métodos de valoración indirecta hacen uso de los precios de mercado en forma indirecta. Finalmente, estos métodos se usan cuando diversos aspectos o atributos de los recursos naturales o servicios ambientales no tienen precios reflejados en un mercado establecido (Ochoa Llamas, *et al.* 2012, párr.15).

En el análisis de algunas metodologías aplicadas a la valoración de destinos turísticos se encontró que, en varios de sus métodos incluyen el estudio a profundidad de algunos factores que se contemplan como parte de la oferta turística, todo para contribuir al desarrollo de lugares con vocación turística en su proceso como consolidación de destinos turísticos religiosos.

En las metodologías de valoración se habla de servicios turísticos, que según el autor Ramírez son:

El conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística (2002: 15).

2.3. Marco contextual

Debido al crecimiento del turismo religioso, hoy en día este tipo de turismo se considera una forma de dinamización para las economías receptoras en términos de ingresos, oportunidades de empleo y adicionalmente una fuente de recursos que permiten la conservación y preservación del patrimonio material e inmaterial que representan los lugares de culto o peregrinación que aglutinan a tantos visitantes en determinadas épocas del año (Fernandez, 2012, p.38) apoyado en (Sarasa & Espejo, 2006).

En Colombia hay diferentes lugares dedicados a la religión, lugares como:

2.3.1. Cerro de Monserrate

El Cerro de Monserrate en Bogotá está ubicado a 500 metros sobre el nivel de la ciudad, Monserrate fue fundado a mediados del siglo XVII con fines religioso con el inicio de la construcción de un Santuario para realizar celebraciones religiosas y peregrinaciones. En 1657 al final de la construcción de su primera ermita se estableció como un monasterio adecuando un acceso entre la montaña que se lograba por medio de un recorrido en el cual estaban proyectadas diferentes ermitas. Posteriormente albergo la Obra de Lugo y Albarracin llamada el Señor Caído que dio un valor artístico e icónico religioso para la ciudad (Universidad de los Andes, 2012, párr 2).

2.3.2. Catedral de Sal

En el departamento de Cundinamarca se encuentra localizada el parque de sal o Mina de Sal de Zipaquirá, Templo subterráneo en roca salina a 2674 metros sobre el nivel del mar,

este atractivo es el principal motivo de visita tanto de turistas nacionales y extranjeros debido a su reconocimiento mundial por ser Patrimonio Histórico, Cultural y Religioso. Reconocida como “La Primera Maravilla de Colombia” (Catedral de Sal , 2019, párr. 3).

2.3.3. Basílica del Señor de los Milagros

De acuerdo con lo resaltado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-MINCIT (2014) se resalta lo siguiente en cuando a la basílica del Señor de los Milagros:

La basílica del señor de los Milagros, está ubicada en el municipio de Buga perteneciente al departamento del Valle del Cauca, Buga es uno de los destinos favoritos en cuanto al turismo religioso al tener templos como la basílica, la catedral de San Pedro, la capilla de San Francisco y con más de 15 iglesias, que han logrado dar a conocer al municipio como destino espiritual de América y el origen de la ruta de las Américas.

La construcción de la basílica surge desde la leyenda de una mujer humilde que se encuentra un crucifijo en el río, el cual lleva a su casa y guarda en una caja de madera. Una noche empezó a escuchar unos golpecitos que provenían de la caja; al acercarse ve, asombrada, que el Cristo había crecido. La noticia se propagó por toda la región, lo que provocó que la choza de la humilde mujer se convirtiera en centro de romerías, y el Cristo en motivo de veneración.

Este hecho no se queda ahí, pues todos los fieles quieren llevarse algo del crucifijo lo que ocasiona daños irreparables en él, por ello ordenan desde la iglesia que deben incinerar el crucifijo, pero surge un nuevo milagro debido a que el crucifijo nunca se quemó, simplemente se regenero y se volvió hermoso, de ahí la fe al aceite de Cristo de la basílica pues con su unción se reciben milagros. Y la construcción de la basílica solo tomo 15 años, su inauguración fue en el año 1907 y desde la fecha hasta la actualidad se pueden seguir

admirando las diferentes clases de arquitecturas de las épocas de ese entonces. Y desde ahí el crecimiento en feligreses ha sido impresionante pues a la fecha Buga alberga a casi 3 millones de turistas al año.

2.3.4. El Santuario de las Lajas

El santuario de Las Lajas, la iglesia de estilo gótico conocida como ‘Un milagro de Dios en el abismo’, es una joya de la ingeniería construida sobre el cañón del río Guátara, cerca de Ipiales, en el lugar donde, según la leyenda, la indígena María Mueses y su hija Rosa vieron aparecer la imagen de la virgen en 1754. Esta iglesia es muy visitada por peregrinos de todo el mundo, especialmente los domingos. Es una de las iglesias más importantes en Colombia y para el año 2007 fue declarada como la segunda maravilla de Colombia. (PROCOLOMBIA, 2019).

2.3.5. Reseña Histórica de Piendamó

Fecha de fundación: 02 de abril de 1924

Nombre del fundador (es): Pedro Antonio Sandoval

Reseña Histórica:

En 1535 se instauró la primera encomienda en la región de Tunía y posteriormente otras en el sitio de Piendamó, figurando como encomenderos Sebastián de Belalcázar, Francisco Arévalo, Pedro Matta y Pedro Velasco. En el año de 1917 se inició la construcción de la línea del ferrocarril que uniría a la ciudad de Cali con la ciudad de Popayán, aprobándose el trazado

por el sitio donde hoy está Piendamó, las primeras locomotoras llegaron a esta localidad a comienzos de 1924 y con ellas una gran cantidad de comerciantes, inmigrantes y colonizadores del Departamento del valle y del eje cafetero, esto posibilitó la formación de un importante mercado, pues a él, concurrían comerciantes del Valle y de poblaciones como Cajibío, Silvia, Morales, Caldono, Tunía y Popayán.

El crecimiento poblacional y el progreso en todos los ámbitos generó un movimiento para buscar el traslado de la Cabecera Municipal que estaba en Tunía, a la población de Piendamó; con la expedición de la ordenanza No. 10 del 02 de abril de 1934, se ratifica el traslado, situación que generó algunos incidentes entre los habitantes de ambos lugares. Antes de la llegada del ferrocarril muchos terrenos eran de propiedad del señor PEDRO ANTONIO SANDOVAL, quien donó algunos, para la construcción de la estación del ferrocarril y del mercado, también vendió muchas de sus tierras lo cual impulsó aún más el movimiento comercial. (Alcaldía de Piendamó, 2016, párr. 1-4).

2.3.6. Reseña Histórica del Centro de Peregrinación de Piendamó

Garrido Patiño (2016) al relacionar la reseña histórica del santuario describe:

Les contaremos una historia espiritual que atrae, cada año, a cientos de devotos de la religión católica. Se trata del Santuario de la Virgen del Rosario de Piendamó, ubicado en la vía hacia el municipio Morales, a 41 kilómetros de Popayán.

La historia se remonta al 14 de mayo del año 1971 cuando a una niña de 10 años, llamada Dora Lilia Núñez, se le apareció la Virgen del Rosario; desde ese entonces, el lugar no ha dejado de ser visitado por personas que llegan desde varias partes del mundo. Dorita la niña de Piendamó, como muchos aún la llaman, tiene hoy 55 años de edad y recuerda con

tanta lucidez ese día como si hubiera ocurrido hace tan solo pocos minutos. Según su relato, aquel día fue a una fuente cerca a su casa con su hermana para lavar la ropa.

Cuando se encontraban haciendo la tarea hubo un relámpago muy fuerte y la luz que emanó no se apagó, siguió allí, y fue cuando escucharon que alguien pronunció el nombre de Dora; las dos, al dirigir la mirada hacia la dirección de dónde provino la voz estaba la virgen, pero solo Dorita pudo verla, según relata ella en su testimonio (párr. 1-2).

La aparición fue impactante y contundente, cuenta Dorita, ella dice que se encontró suspendida en el aire, estaba descalza, tenía un rosario entre sus manos y al lado de su pie tenía una rosa dorada; estaba vestida de blanco y su tela no tenía adornos, el manto blanco sobre su cabeza tenía un pliegue en la frente y no dejaba ver su cabello.

Dorita quería correr en ese momento por el temor que sintió, pero su cuerpo no respondió y quedó estático. Fue cuando recibió el mensaje de la Virgen: “quiero que mis hijos oren y recen mi rosario todos los días, bendigo esta fuente para el bien de mis hijos”. Al día siguiente, el mundo entero conoció la noticia a través de los medios de comunicación, y hoy es uno de los destinos religiosos más visitados del departamento del Cauca.

El lugar de la aparición fue adecuado para el fácil acceso de las personas devotas que van a hacer sus plegarias y ofrendas, que se bañan y se llevan consigo un poco de agua bendecida que surte de la fuente. De la misma manera, se construyó una capilla donde se celebran misas y se agradece por los favores recibidos, prueba de ello son las infinitas placas pegadas en las paredes y elementos ortopédicos que son testimonio de las personas que han sido sanadas. Semana Santa es la temporada que más visitantes llegan al Santuario de la Virgen del Rosario, para ellos se tiene preparada una programación que se extiende toda la semana y que incluye varias actividades (Patiño, 2016, párr. 3-7).

Capítulo III: Metodología

A continuación, se describirán las herramientas que fueron empleadas en la obtención de información para la elaboración del presente trabajo, donde se describirán los elementos necesarios para llevar a cabo el análisis del proceso de Valoración Turística aplicada al Centro de Peregrinación Mariano en el Municipio de Piendamó del departamento del Cauca.

Para esto se tuvo en cuenta autores como Hernández et al., (2002), donde indican que, los pasos para la metodología se pueden resumir en: la identificación del planteamiento del problema, descripción de los objetivos, el tipo y diseño de investigación, selección de la muestra, recolección de datos, análisis de investigación y presentación de reporte.

Adicional a ello, para desarrollar la propuesta de investigación fue necesario utilizar un enfoque cualitativo definido como “El estudio de los diferentes factores que determinan el problema planteado, lo cual permite analizar detalladamente aspectos determinados, para lograr saber cómo son las dinámicas y procesos que surgen entorno al problema”, lo anterior, debido a que se llevó a cabo un proceso de recolección, análisis y agrupación de datos e información, con el propósito de dar una respuesta al problema planteado. (Vera Vélez & Ponce, 1996, p. 10).

Seguidamente, se usó la investigación descriptiva, donde Tamayo & Tamayo afirman que es todo aquello que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos; el enfoque se realiza sobre conclusiones dominantes, grupo de personas o cosas que funcionan en el presente” (2003 p. 35).

La aplicación del enfoque cualitativo y la investigación descriptiva se realizó a través de una encuesta cuyo objetivo fue el de conocer opiniones de los peregrinos respecto a la Satisfacción de la visita que realizan al CPM, Frecuencia de Visita al CPM, Conocimiento del lugar, entre otros; la anterior información contribuyo en la valoración de los ítems que

contempla el modelo guía de valoración turística seleccionado como metodología para la presente investigación.

Finalmente, con el propósito de describir la realidad de la investigación, se trabajó bajo las 5 etapas claves descritas a continuación.

3.1. Etapa 1: Revisión Teórica

De acuerdo con Sabatés y Sala (2020) “La revisión de la literatura es una fase imprescindible en cualquier trabajo de investigación, puesto que nos ayuda a situar la investigación y a sustentarla teórica y conceptualmente a partir de lo que otros investigadores e investigadoras han escrito previamente sobre la temática”. En este caso la revisión teórica se realizó con el fin de encontrar un modelo de valoración turística pertinente al lugar objeto de estudio; y se encontró que, para la complementación de este proceso se realizaron 4 sub etapas:

3.1.1. Palabras Claves

Para realizar la búsqueda del modelo de valoración se establecieron palabras claves las cuales permitieron demarcar y alinear la búsqueda de información, estas palabras fueron:

-  Valoración
-  Valoración turística
-  Turismo Religioso
-  Modelos de valoración
-  Modelos de valoración turismo religioso
-  Tourist valuation
-  Valuation models

✚ Pricing models

✚ Religious tourism valuation models

3.1.2. Bases de datos

Justo después del establecimiento de las palabras claves, se realizó la selección de bases de datos para obtener así información relacionada con el tema de interés, las bases de datos en este caso fueron seleccionadas en la biblioteca virtual que ofrece la Universidad del Cauca. Las cuales fueron.

- **Biblioteca del Turismo:** La Biblioteca Digital de Turismo (UNWTO Elibrary), es un servicio online de la Organización Mundial del Turismo, la biblioteca digital es una fuente de información que pone a disposición estudios e información sobre turismo. Las materias abarcan todos los temas importantes que impulsan el sector turístico e incluye temas como: el ecoturismo y el desarrollo sostenible, las estadísticas de turismo, estudios de mercado, innovación y nuevas tecnologías y políticas de turismo. La UNWTO Elibrary contiene libros, publicaciones periódicas e informes estadísticos por país e indicador (Biblioteca electrónica de la Organización Mundial del Turismo ({UNWTO}, 2019, párr. 1).
- **Scopus:** “Herramienta para investigadores que permite visualizar el impacto en la comunidad científica de publicaciones seriadas, autores, tendencias de investigación, entre otros” (Scopus, s.f., párr. 1).
- **Science Direct:** “Base de datos interdisciplinar que ofrece acceso a artículos en texto completo de revistas científicas y capítulos de libros” (Biblioteca Juan Roa Vasquez, s.f., párr. 1)

- **Google académico:** Buscador que te permite localizar documentos académicos como artículos, tesis, libros y resúmenes de fuentes diversas como editoriales universitarias, asociaciones profesionales, repositorios de preprints, universidades y otras organizaciones académicas. Los resultados aparecen ordenados considerando el texto completo, el número de citas recibidas, el autor, la publicación fuente, entre otros (GoogleAcademic, 2015).
- **Repositorio Institucional:** “Archivo donde se depositan, en formato digital, materiales derivados de la producción científica o académica de una institución (universidades, centros de investigación)” (Biblioteca Univeritaria, Universidad de León, 2014, párr 1).

3.1.3. Selección y Análisis de los documentos

En esta subetapa se tuvieron como criterios de selección:

- ✓ Viabilidad
- ✓ Asentimiento Político
- ✓ Posibilidad de aplicar los resultados y recomendaciones
- ✓ Ausencia de duplicación

3.2. Etapa 2: Selección del Modelo de Valorización

La valoración turística de los recursos, de acuerdo con Blanco se refiere a la fijación de una valoración convencional, que permita establecer una comparación acerca de su calidad turística de recursos de su misma índole (Citado por Ochoa Llamas, et al. 2012, parr.15).

Teniendo en cuenta los anteriores pasos y para concluir esta primera etapa; se realizó un proceso selectivo de viabilidad y adaptación de metodologías al lugar de estudio CPM, donde se seleccionó como metodología el Modelo -Guía De Valoración Turística Del Patrimonio Religioso: Los Templos De Jerez De La Frontera”, el cual se enfoca en la evaluación de lugares con potencial turístico para contribuir a su crecimiento y desarrollo económico, social, cultural y religioso; siendo un lineamiento para el cumplimiento del objetivo de la presente investigación, el cual se describe en la siguiente tabla.

Tabla 3. Modelo de valoración

Modelo de Valoración	Descripción del modelo	Ítems del modelo
Modelo -Guía De Valoración Turística Del Patrimonio Religioso: Los Templos De Jerez De La Frontera.	La redacción de este Modelo -Guía se enmarca en un proyecto promovido por la Diócesis de Asidonia -Jerez para dar a conocer al público los templos más significativos de Jerez de la Frontera, una ciudad que posee un patrimonio religioso amplio y de gran calidad artística, cuya valorización resulta fundamental para el crecimiento de la localidad como destino turístico.	1. Recursos del templo 2. Conservación y Mantenimiento 3. Promoción del templo 4. Señalización 5. Información y Visita 6. Servicios turísticos 7. Servicios religiosos 8. Modelo de gestión 9. Accesibilidad 10. Seguridad

Nota:

Consiguiente a lo anterior, se describen los ítems del modelo de valoración “Modelo - Guía De Valoración Turística Del Patrimonio Religioso: Los Templos De Jerez De La Frontera”.

3.2.1. Recurso del templo

En esta sección, se tienen en cuenta los recursos como: arquitectura, esculturas, pinturas y vitrales, dado que estos conforman el atractivo del lugar a los ojos de los turistas y visitantes además de esta valoración se tendrá el acompañamiento del Arquitecto Cristian Daniel Páez Carvajal, Esp. Diseño Y Adecuación De Espacios Interiores.

La arquitectura según Carlo Lodoli, está definida como "La arquitectura es una ciencia intelectual y práctica dirigida a establecer racionalmente el buen uso y las proporciones de los artefactos y a conocer con la experiencia la naturaleza de los materiales que los componen" (1786, Cap. VI). Por lo anterior, se valorará la capilla ubicada dentro del centro de peregrinación; posteriormente se estimarán el resto de recursos.

Estos elementos brindarán información importante a la hora de elaborar una buena oferta turística, teniendo en cuenta que tienen un valor o significado histórico, capaz de hacer distinguir el centro de peregrinación entre otros.

3.2.2. Conservación y Mantenimiento

Hace referencia al conjunto de acciones que se realizan para garantizar que un bien no se pierda en su totalidad. En algunos casos de restauración a bienes tangibles se debe contar con 3 libros importantes; el primero, es el decálogo del restaurador publicado en el (2016) donde brinda la información necesaria para intervenir a un bien mueble sin causar daño alguno; el segundo libro, es el de Análisis de los criterios de intervención en Bienes Eclesiásticos de María José López González (2015), que evalúan los diferentes criterios de intervención hacia un bien mueble y finalmente la cartilla de trámite legal para intervenir los bienes muebles, realizada en el (2017) por el ministerio de Cultura aquella entidad encargada de proteger todo el patrimonio.

Por ello en este punto, se valorará la conservación y el mantenimiento de la capilla y el monumento a la virgen del Centro de Peregrinación Mariano del municipio de Piendamó Cauca, que a lo largo del tiempo han sido intervenidos. Esto a través de la valoración arquitectónica realiza por un profesional en el área y las visitas de observación realizadas en el lugar.

3.2.3. Promoción del templo

De acuerdo con (Stanton, Etzel, & Walker, 2007) la promoción se conoce como:

Desde la perspectiva del marketing, la promoción sirve para lograr los objetivos de una organización. En ella, se usan diversas herramientas para tres funciones promocionales indispensables: informar, persuadir y comunicar un recordatorio al auditorio meta.

Apoyados en lo anterior se valorará el proceso de las estrategias de promoción que se han implementado para dar a conocer el Centro de Peregrinación Mariano a un nivel local, regional, departamental y nacional. Esto a través de la encuesta.

3.2.4. Señalización

De acuerdo con la norma técnica 1461 realizada por Icontec, se habla sobre disposiciones mínimas en materia de señalización de seguridad y salud en el trabajo, aquí se consideran los diferentes tipos de señales, entre ellas, las señales indicativas que son señales de seguridad, informativas que proporcionan otras indicaciones de seguridad distintas a las generales de prohibición, obligación, advertencia y salvamento (1987, p. 1-7).

En términos de señalización también se habla de señalización vial, señalización que tiene como prioridad exponer lugares específicos de regular velocidades, riesgo de accidente, zonas escolares, zona peatonal, curvas peligrosas, accesos a puentes, entre otros (Sánchez, comunicación personal, 28 de abril 2020) para esta valoración se tendrá el apoyo de la ingeniera residente del Instituto Nacional de Vías Astrid Milena Sánchez.

Finalmente, para la señalización turística, se tendrá en cuenta el manual de señalización turística que proporciona el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo desde el año 2008 y el dictamen del Ingeniero ambiental Juan Manuel Moreno. Por lo tanto, se

valorará el nivel de señalización que tiene el santuario y continuamente el análisis de las posibles medidas correctivas que se tendrán para la mejora de este elemento.

3.2.5. Información y Visita

Según la academia real de España, informar es, enterar o dar noticias de algo a alguien más, dar una forma sustancial a algo.

Con el suministro de información de un destino turístico podemos darle al cliente la oportunidad de dar con el servicio y saber aprovecharlo al cien por ciento (100%). Por lo cual se valorará la cantidad y calidad de información que existe sobre el centro de peregrinación para contribuir a su competitividad. Este ítem se valorará a través de la encuesta.

3.2.6. Servicios Turísticos

Según la Organización de Estados Americanos (OEA) los Servicios Turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos (s.f, párr 2).

De acuerdo a esta conceptualización, este factor tiene como fin analizar el nivel de competitividad en los servicios ofertados por el Centro de Peregrinación Mariano, análisis que contribuirá a mejorar o crear un plan en planificación turística que permita un buen desarrollo del mismo.

Además de valorar estos servicios, se tiene en cuenta que la aparición mariana sucedió en un nacedero de agua donde hoy en día se ubica el centro de peregrinación, y debido a las

constantes adecuaciones del sitio se llevó a cabo un diagnóstico ambiental. Para este estudio se contó con el apoyo de un Ingeniero Ambiental de la Universidad del Cauca.

3.2.7. Servicios Religiosos

Según el párroco Isaías Velasco los servicios religiosos son aquellas acciones que a través de la guía católica realizamos para conectarnos con Dios, por ejemplo: una oración o una obra de caridad al más necesitado (Velasco, comunicación personal, 15 de noviembre 2019).

De acuerdo al objeto de la investigación, se determinarán los servicios religiosos del centro, con los párrocos del municipio, pero solo se valorará la logística u organización de la conmemoración a la aparición mariana, celebrada cada 13 de mayo, siendo el evento con mayor asistencia de feligreses. Este ítem se valora a través de las visitas de observación.

3.2.8. Modelo de Gestión

Un modelo de gestión se conoce como un conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos de una institución; a través del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Según Matosabreu en los modelos de gestión se contemplan el análisis de la demanda, debido a que la información de un mercado permite a las empresas u organizaciones beneficiarse, dado que este conocimiento previo hará sencilla la tarea de utilizar diferentes modelos; el primero, los modelos de gestión integral (responsabilidad social) donde se tiene como base la Norma internacional ISO 26000, que está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado (2010., s.f, p. 4-9).

El segundo, el aplicado al objeto de estudio, el modelo guía de valoración debido a que su ejecución permitirá conocer mejor el desarrollo que tiene el centro de peregrinación como posible destino religioso.

Y el tercero, el diamante de Porter, Porter afirma que “el estudio de estas cinco fuerzas permitirá llegar a un mejor entendimiento del grado de competencia de nuestra organización, formulando estrategias, para aprovechar las oportunidades o riesgos del mercado” (1979, p.1).

Apoyados en esto se analizará el modelo de gestión que haya implementado el centro de peregrinación en beneficio para su propio desarrollo en caso de no tener un modelo de gestión a través de la valoración se recomendará el más adecuado para el destino. A través de la visita de observación al lugar

3.2.9. Accesibilidad

Para la valoración de la accesibilidad al sitio se tiene como apoyo la siguiente conceptualización.

La accesibilidad es una característica básica del entorno construido. Es la condición que posibilita el llegar, entrar, salir y utilizar las casas, las tiendas, los teatros, los parques y los lugares de trabajo. La accesibilidad permite a las personas participar en las actividades sociales y económicas para las que se ha concebido el entorno construido. (Wijk, 2000:10).

Por ello para la industria turística es de importancia la creación de un turismo accesible, que de acuerdo con Darcy & Dickson (citado por Procolombia) el Turismo Accesible se define como:

Una forma de turismo que implica procesos de colaboración planificados estratégicamente entre las partes interesadas que permite a las personas con los requisitos de acceso, incluida la movilidad, visión, audición y capacidades cognitivas, funcionar de manera

independiente y con equidad y dignidad a través de la prestación de los productos, servicios y entornos turísticos basados en el Diseño Universal (s.f, p. 4).

De acuerdo a los conceptos anteriores es significativo valorar la accesibilidad arquitectónica del centro de peregrinación, debido a que este elemento permitirá un mayor nivel de satisfacción en los turistas, influyendo en una mayor integración social que trae como beneficio mejorar la calidad de la oferta turística.

Esta valoración se realiza a través de visitas de observación y el apoyo en el dictamen arquitectónico y ambiental.

3.2.10. Seguridad

El ámbito de seguridad, se divide en dos tipos: Seguridad industrial que comúnmente se basa en un grupo de normas y materiales físicos que tienen como objetivo evitar accidentes que atenten contra la integridad física del empleado, el usuario y los bienes físicos que posee la empresa o sitio turístico, y la seguridad turística que se refiere a la protección de la vida, salud e integridad física, psicológica y económica, donde cabe resaltar que de acuerdo a la Organización de Naciones Unidas “Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.” (ONU, 1948, p.10). Por consiguiente, esta variable se valora dirigida a la protección del visitante y protección del destino. Esto a través de la visita de observación y apoyo de la Alcaldía Municipal.

3.3. Etapa 3: Aforos

De acuerdo con la RAE, la real academia de la lengua española es el número máximo autorizado de personas que puede admitir un recinto destinado.

Los aforos se realizarán en las instalaciones del Centro de Peregrinación, sitio objeto de estudio de la investigación, en días específicos, con el fin de conocer el número de asistentes (peregrinos) al sitio.

3.4. Etapa 4: Recolección de datos

Según Arias (2006) se define como técnicas de recolección de datos "el conjunto de procedimientos y métodos que se utilizan durante el proceso de investigación, con el propósito de conseguir la información pertinente a los objetivos formulados en una investigación" (pág. 376).

Conforme lo anterior y para dar cumplimiento a la tercera etapa, se establece la encuesta como instrumento de recolección de datos, que de acuerdo con Pedro López-Roldán y Sandra Fachelli, la encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recolección de datos a través de la interrogación de los sujetos, cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida.

La encuesta se aplica con el fin de conocer opiniones en torno a temas de interés como: Conocimiento Teórico sobre el turismo, Nivel de Satisfacción, Probabilidad de Recomendación, Promedio de visita al CPM, Promedio de pagos, Fuente de información, Percepción en (Vías de acceso – Señalización – Transporte – Alimentación - Hospedaje); variables que permitieron una aproximación y eficacia de la valorización de los factores que intervienen directamente en el sitio objeto de estudio.

El numero representativo para realizar la encuesta se obtuvo a través de esta fórmula.

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{[e^2 * (N - 1)] + K^2 * p * q}$$

Dónde: n (es el tamaño de la muestra); K (es el nivel de confianza); p (es la variabilidad positiva); q (es la variabilidad negativa); E (es la precisión o error).

Después de realizar la encuesta y obtener los resultados se procedió a realizar un análisis estadístico por medio del programa SPSS, Software que permitió generar tablas y gráficos con datos precisos, a los cuales se les hace su respectiva descripción.

Es pertinente resaltar que la encuesta fue aplicada a la población denominada peregrino, esto se debe a que el peregrino según Bertrand (2009) habitualmente tiene la motivación más clara de realizar un viaje, es decir, de vivir una experiencia de fe y tener un viaje esencialmente religioso, sin embargo, esto no imposibilita que el peregrino desarrolle practicas turísticas en la visita al lugar de interés. Por lo cual confirma su relación cercana con el turista.

3.5. Etapa 5: Elaboración estratégica de promoción

Para la elaboración de la estrategia de promoción, los autores Bonta y Farber (1991) afirman que la **promoción** es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio orientadas a públicos determinados".

De acuerdo a lo anterior, se realizó una revista informativa que de acuerdo al autor Plaza (2005), se define como una "publicación periódica por cuadernos, con escritos sobre varias materias o sobre una sola especialmente" (p.90), de esta manera la revista realizada en el desarrollo de la presente investigación se da como un valor agregado, cuyo objetivo es el de ofrecer al peregrino información referente al Centro de Peregrinación que le permita disfrutar más su visita y por consiguiente recibir mejor calidad en el servicio.

La revista contiene información de acuerdo a los resultados del proceso de valoración turística e información secundaria de interés turístico municipal. Los temas de la revista se organizaron de la siguiente manera.

- Introducción
- Objetivos
- Historia del Centro de Peregrinación
- Información de los lugares de interés dentro del Centro de Peregrinación
- Información de los lugares aledaños al Centro de Peregrinación
- Información de algunos servicios aledaños al Centro de Peregrinación
- Bibliografía.

Capítulo IV: Análisis de resultados

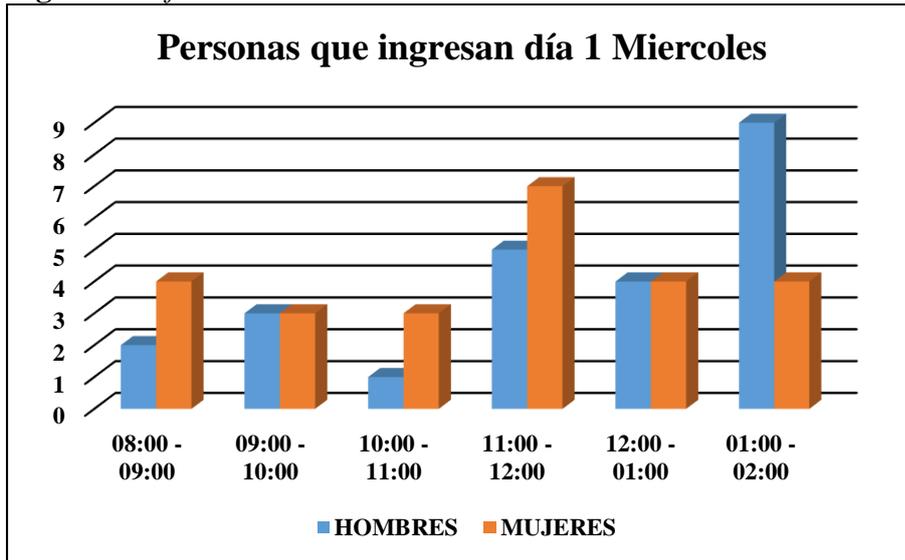
4.1. Aplicación y análisis del instrumento de valoración sobre el centro de peregrinación

En este capítulo se presentan los resultados de la aplicación y análisis del Modelo “Guía de Valoración Turística”, exponiendo la realización de tres aforos enfocados en conocer la afluencia de turistas y/o peregrinos en el lugar en días determinados. Además, se presenta la tabulación del instrumento de recolección de datos (encuesta) aplicada a turistas y/o peregrinos donde se conocieron diferentes opiniones en diversos temas que influyen en la investigación. Finalmente, se socializa la valoración de los factores que comprenden la metodología para conocer finalmente el estado actual del lugar como futura opción de destino turístico religioso.

4.1.1. Aforos

Para lograr el objetivo planteado en la presente investigación se inició con la realización de aforos para determinar el número de personas que ingresan al centro de peregrinación los días comerciales (miércoles, domingo y lunes festivo) en el municipio de Piendamó, Cauca en el intervalo de tiempo: de 8:00 am a 2:00 pm, registrando los datos por hora.

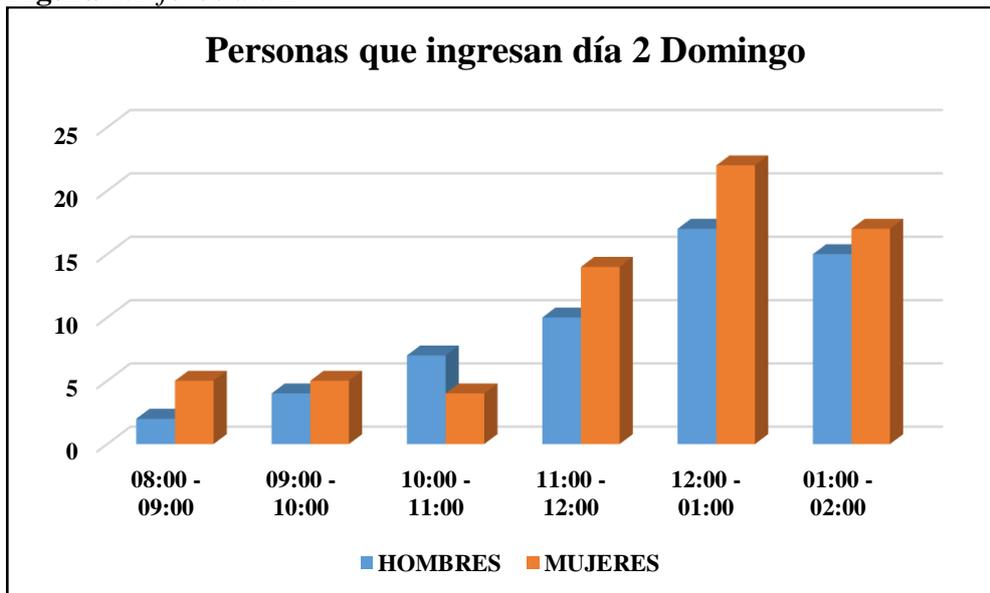
Figura 3. Aforos día 1



Nota: Elaboración propia

De acuerdo al grafico 1, el primer día del aforo siendo miércoles se registró el ingreso al centro de peregrinación de 24 hombres y 25 mujeres para un total de 49 personas.

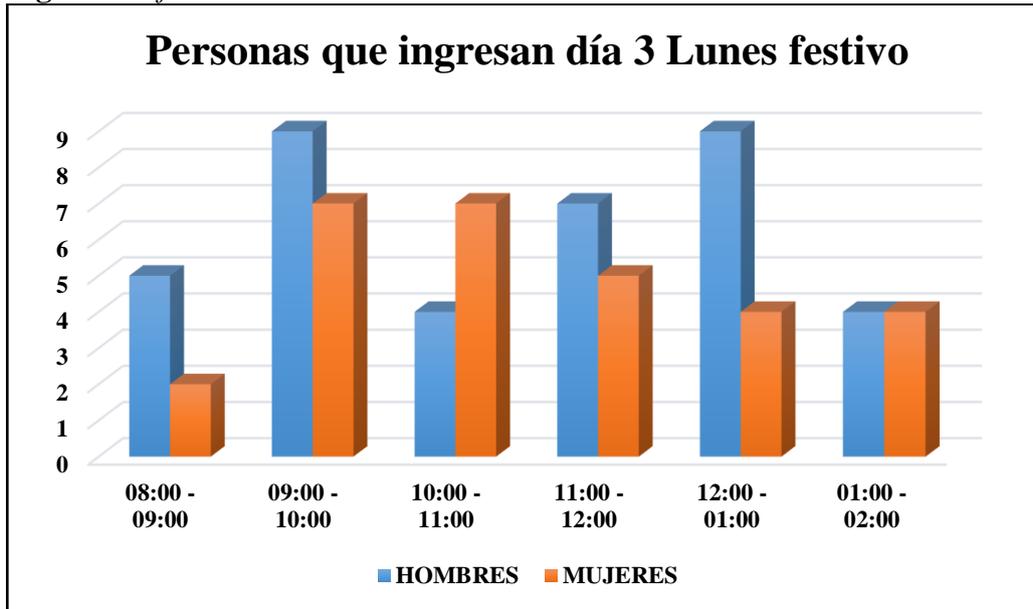
Figura 4. Aforos día 2



Nota: Elaboración propia

Para el día domingo de acuerdo con el grafico 2 se registró el ingreso al centro de peregrinación de 55 hombres y 67 mujeres para un total de 122 personas.

Figura 5. Aforos día 3



Nota: Elaboración propia

En el gráfico 3 se evidencia que el día lunes festivo ingresan en total al centro de peregrinación 67 personas, divididos en 38 hombres y 29 mujeres. De acuerdo a los gráficos de los aforos realizados se determina que el día de mayor ingreso de turistas y visitantes al centro de peregrinación es el día domingo, con un total de 122 personas.

4.1.2. Encuesta

Para darle continuidad al trabajo y realizar la encuesta se tomó como población de estudio el número de habitantes del municipio de Piendamó Cauca (46.943), con base en la proyección del año 2020 del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE); lo que permitió definir qué, 206 encuestas eran representativas estadísticamente para evaluar el objetivo del presente trabajo de investigación; esta selección se dio dado que el día 11 de marzo del año 2020 el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, declara que el virus (SRAS-CoV-2 COVID-19) pasa de ser una epidemia a una pandemia. Por tanto, el día 24 de marzo Colombia se declara emergencia

sanitaria, donde se implementaron restricciones frente a la pandemia, entre ellas, el cierre de diferentes lugares que alberguen grandes concentraciones de personas, lo que disminuyó el flujo de turistas a nivel nacional, en este caso disminuyó el flujo de turistas en el Centro de Peregrinación Mariano.

Por otro lado, de acuerdo con Claudio Flores Fabián apoyado en Robles Salgado, la figura del turista está muy unida a la imagen del peregrino, “En latín la palabra peregrinus se refería a las personas que viajaban por países extranjeros o aquellas que no tenían derecho a la ciudadanía. Surgió como una composición de dos vocablos per-agros que describía a la persona que camina (pasa) a través del campo, fuera de su lugar de residencia, lejos de casa [peregre - «en el extranjero», «no en casa»]. En realidad, fue recién en el siglo XII cuando el vocablo peregrinatio empezó a designar ya unívocamente la práctica religiosa de visitar lugares sagrados” (Robles Salgado, 2001:1).

A continuación, se desglosa la encuesta conformada por 16 preguntas (Ver anexo 1). Se presenta la formulada utilizada.

N: Tamaño de la población.

Tamaño total de la población del municipio de Piendamó (46.943)

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{[e^2 * (N - 1)] + K^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.44^2 * 0.5 * 0.5 * 46943}{[0.05^2 * (46943 - 1)] + 1.44^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$\frac{2.07 * 0.5 * 0.5 * 46943}{\{0.0025 * (46942) + 2.07 * 0.5 * 0.5}$$

$$\frac{242930025}{117.355 + 0.518}$$

$$\frac{242930025}{117873} = 206.095$$

n: 206 encuestas a aplicar a la población cercana al objeto de estudio.

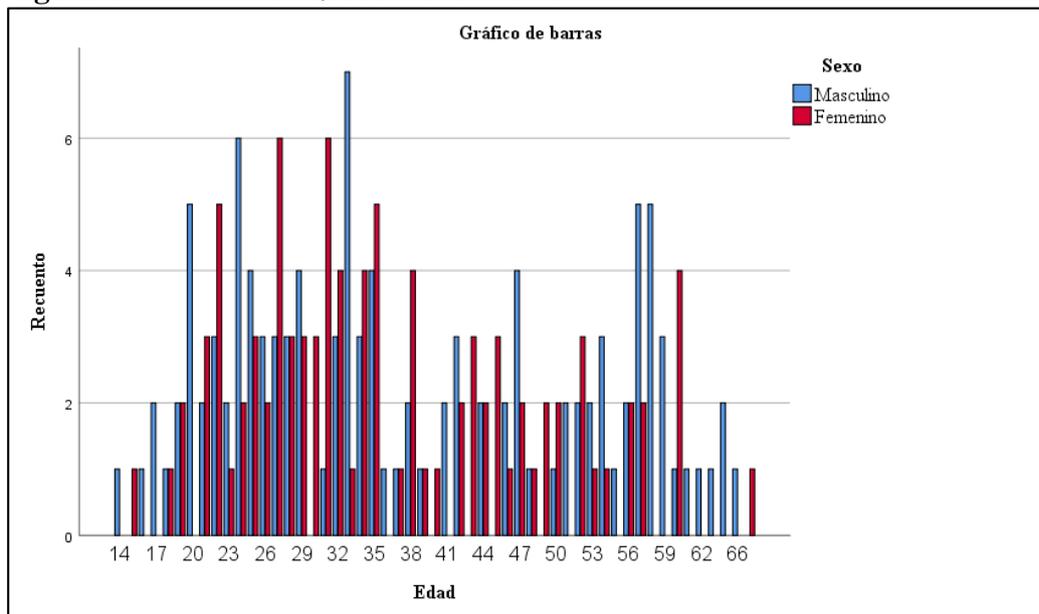
4.1.3. Tabulación y análisis de resultados

Tabla 4. *Tabla cruzada: Edad * Sexo*

Edad * Sexo	PROCESAMIENTO DE CASOS					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
	206	100,0%	0	0,0%	206	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6. *Variables cruzadas: Edad * Sexo*



Nota: Elaboración propia

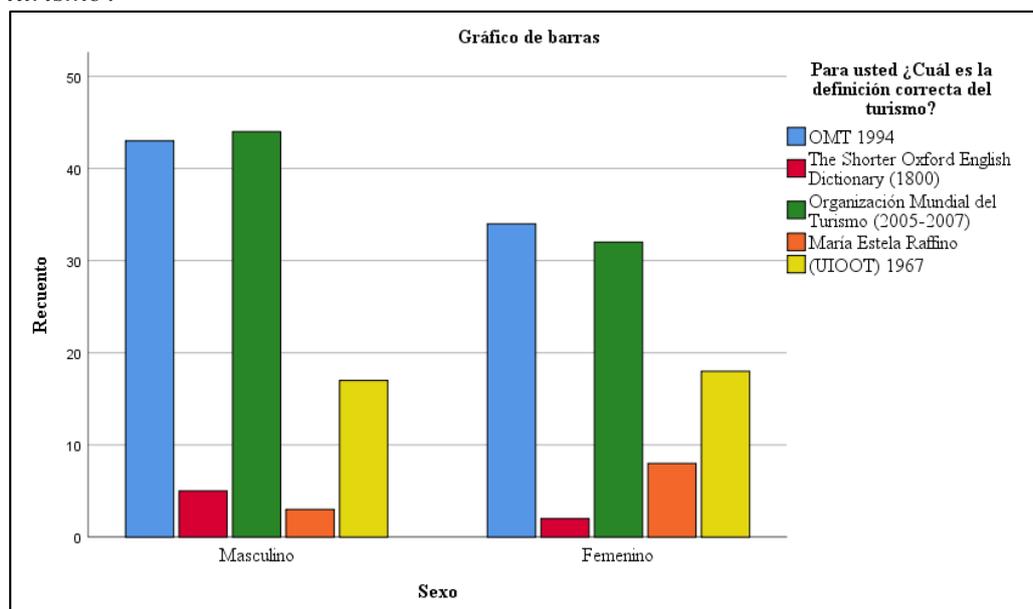
Análisis: De acuerdo a los datos recolectados a través de la encuesta, el género masculino representa el mayor porcentaje de turistas en el centro de peregrinación, con edades que oscilan entre los 32 a 35 años para el rango de mayor porcentaje, siendo el 54.4% de la población objeto de estudio y en cuanto la variable del género femenino representa el 46.5% de peregrinos con edades que oscilan entre los 26 a 30 años.

Tabla 5. Tabla cruzada: Sexo * Para usted ¿Cuál es la definición correcta del turismo?

Tabla cruzada Sexo*Para usted ¿Cuál es la definición correcta del turismo?								
		Para usted ¿Cuál es la definición correcta del turismo?					Total	
		OMT 1994	The Shorter Oxford English Dictionary (1800)	Organización Mundial del Turismo (2005-2007)	María Estela Raffino	(UIOOT) 1967		
Sexo	Masculino	Recuento	43	5	44	3	17	112
		% dentro de Sexo	38,4%	4,5%	39,3%	2,7%	15,2%	100,0%
	Femenino	Recuento	34	2	32	8	18	94
		% dentro de Sexo	36,2%	2,1%	34,0%	8,5%	19,1%	100,0%
Total		Recuento	77	7	76	11	35	206
		% dentro de Sexo	37,4%	3,4%	36,9%	5,3%	17,0%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 7. Variables cruzadas: Sexo * Para usted ¿Cuál es la definición correcta del turismo?



Nota: Elaboración propia

Análisis: De acuerdo a los resultados de la encuesta, la conceptualización que identificaron los encuestados es la definición por la Organización Mundial del Turismo (OMT), el 38.4% corresponde a la definición del año 2005 por parte del género masculino y el 36.2% corresponde a la definición del año 1994 por parte del género femenino, la cual se

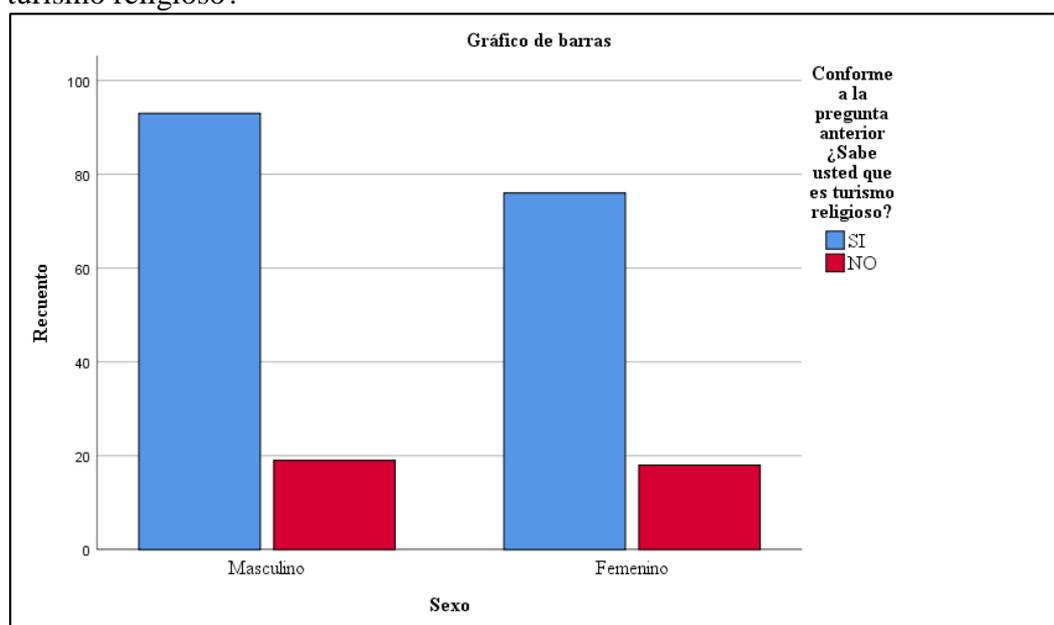
considera que es la definición más acertada. Evidenciando de esta manera, que aproximadamente el 62% del género masculino y el 63.8% del género femenino no tienen claridad sobre dicho concepto.

Tabla 6. Tabla cruzada: Sexo * Conforme a la pregunta anterior ¿Sabe usted que es el turismo religioso?

Tabla cruzada: Sexo*Conforme a la pregunta anterior ¿Sabe usted que es turismo religioso?					
		Conforme a la pregunta anterior ¿Sabe usted que es turismo religioso?			Total
		SI	NO		
Sexo	Masculino	Recuento	93	19	112
		% dentro de Sexo	83,0%	17,0%	100,0%
	Femenino	Recuento	76	18	94
		% dentro de Sexo	80,9%	19,1%	100,0%
Total		Recuento	169	37	206
		% dentro de Sexo	82,0%	18,0%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 8. Variables cruzadas: Sexo * Conforme a la pregunta anterior ¿Sabe usted que es el turismo religioso?



Nota: Elaboración propia

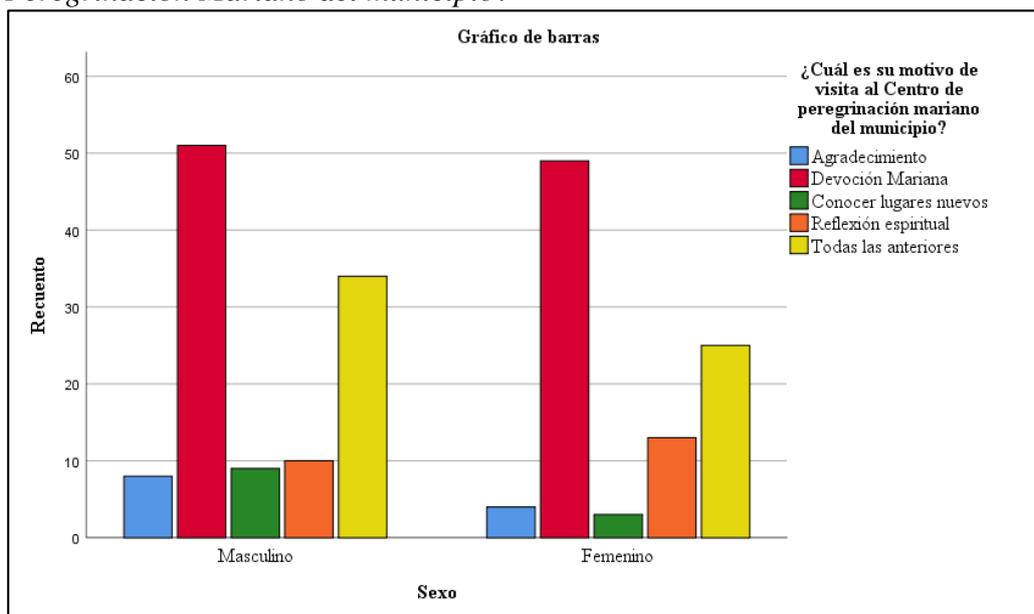
Análisis: Conforme a las respuestas obtenidas de los encuestados, el 82% de la población afirmó conocer el concepto de turismo religioso, lo que demuestra que los encuestados saben qué tipo de lugar están visitando y tienen conocimiento de los diferentes servicios y actividades que pueden realizar para tener una buena experiencia en el destino. Por otro lado, se evidencia que el 18% restante de los encuestados desconoce la teoría referente a la tipología de turismo existentes, lo cual podría repercutir en el agrado del cliente frente al servicio adquirido.

Tabla 7. Tabla cruzada: Sexo* ¿Cuál es su motivo de visita al Centro de peregrinación Mariano del municipio?

Tabla cruzada: Sexo* ¿Cuál es su motivo de visita al Centro de Peregrinación Mariano del municipio?								
			¿Cuál es su motivo de visita al Centro de Peregrinación Mariano del municipio?					Total
			Agradecimiento	Devoción Mariana	Conocer lugares nuevos	Reflexión espiritual	Todas las anteriores	
Sexo	Masculino	Recuento	8	51	9	10	34	112
		% dentro de Sexo	7,1%	45,5%	8,0%	8,9%	30,4%	100,0%
	Femenino	Recuento	4	49	3	13	25	94
		% dentro de Sexo	4,3%	52,1%	3,2%	13,8%	26,6%	100,0%
Total		Recuento	12	100	12	23	59	206
		% dentro de Sexo	5,8%	48,5%	5,8%	11,2%	28,6%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 9. Variables cruzadas: Sexo* ¿Cuál es su motivo de visita al Centro de Peregrinación Mariano del municipio?



Nota: Elaboración propia

Análisis: En relación al motivo de visita al Centro de Peregrinación Mariano del municipio, el 48.5% coincide en que su motivo de visita es la devoción Mariana, de los cuales las mujeres participaron con un 52.1% y los hombres con un 45.5%. Lo que manifiesta que los peregrinos identifican el tipo del turismo en que hacen la práctica y está impulsado por su interés en la historia de la aparición de la virgen María.

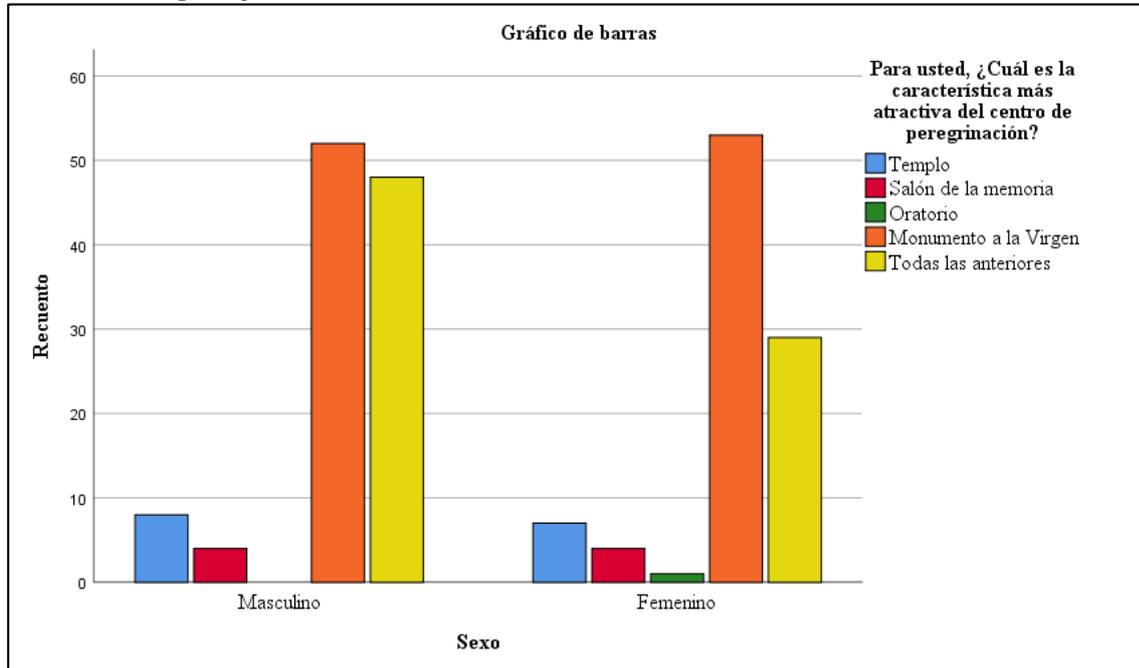
Tabla 8. Tabla cruzada: Sexo*Para usted, ¿Cuál es la característica más atractiva del centro de peregrinación?

Tabla cruzada: Sexo*Para usted, ¿Cuál es la característica más atractiva del centro de peregrinación?								
		Para usted, ¿Cuál es la característica más atractiva del centro de peregrinación?					Total	
		Templo	Salón de la memoria	Oratorio	Monument o a la Virgen	Todas las anteriore s		
Sex	Masculino	Recuento	8	4	0	52	48	112
		% dentro de Sexo	7,1%	3,6%	0,0%	46,4%	42,9%	100,0%
	Femenino	Recuento	7	4	1	53	29	94
		% dentro de Sexo	7,4%	4,3%	1,1%	56,4%	30,9%	100,0%
Total		Recuento	15	8	1	105	77	206

	% dentro de Sexo	7,3%	3,9%	0,5%	51,0%	37,4%	100,0%
--	------------------	------	------	------	-------	-------	--------

Nota: Elaboración propia

Figura 10. Variables cruzadas: Sexo*Para usted, ¿Cuál es la característica más atractiva del centro de peregrinación?



Nota: Elaboración propia

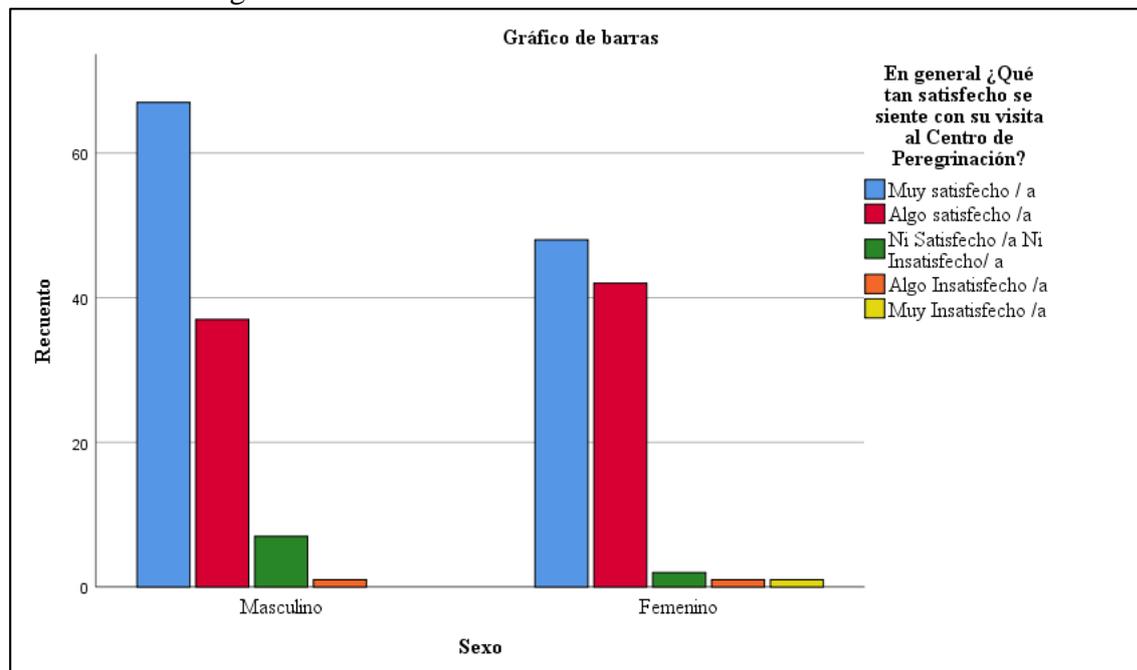
Análisis: Según el 51,0% correspondiente al total de los encuestados representado en el 56,4% en mujeres y el 46,4% en hombres, mencionan que la característica más atractiva del Centro de Peregrinación es el monumento de la Virgen María. Este resultado sugiere que este tipo de sitios dedicado a un suceso católico es atractivo para el peregrino, sin que sea la única razón por la que es visitado.

Tabla 9. Tabla cruzada: Sexo* En general ¿Qué tan satisfecho se siente con su visita al Centro de Peregrinación?

			En general ¿Qué tan satisfecho se siente con su visita al Centro de Peregrinación?					Total
			Muy satisfecho / a	Algo satisfecho / a	Ni Satisfecho / a Ni Insatisfecho/ a	Algo Insatisfecho / a	Muy Insatisfecho / a	
Sexo	Masculino	Recuento	67	37	7	1	0	112
		% dentro de Sexo	59,8%	33,0%	6,3%	0,9%	0,0%	100,0%
	Femenino	Recuento	48	42	2	1	1	94
		% dentro de Sexo	51,1%	44,7%	2,1%	1,1%	1,1%	100,0%
Total		Recuento	115	79	9	2	1	206
		% dentro de Sexo	55,8%	38,3%	4,4%	1,0%	0,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 11. Variables cruzadas: Sexo* En general ¿Qué tan satisfecho se siente con su visita al Centro de Peregrinación?



Nota: Elaboración propia

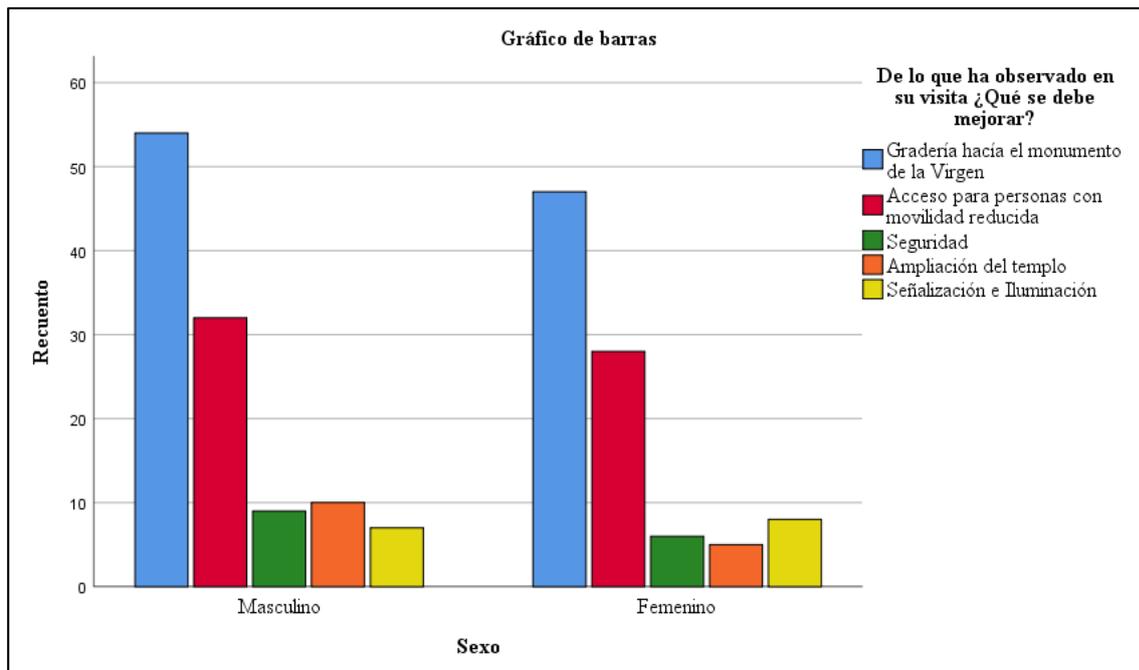
Análisis: En relación a la satisfacción de los encuestados en la visita al Centro de Peregrinación, el 55.8% se encuentran satisfecho con la visita, de esta manera se puede interpretar que el lugar tiene potencial para ser considerado como un destino religioso, con la viabilidad de ser incluido en las rutas religiosas de Procolombia y otras ya estipuladas en algunas agencias de viajes a nivel nacional e internacional.

Tabla 10. *Tabla cruzada: Sexo* De lo que ha observado en su visita ¿Qué se debe mejorar?*

Tabla cruzada Sexo*De lo que ha observado en su visita ¿Qué se debe mejorar?								
			De lo que ha observado en su visita ¿Qué se debe mejorar?					Total
			Gradería hacia el monumento de la Virgen	Acceso para personas con movilidad reducida	Seguridad	Ampliación del templo	Señalización e Iluminación	
Sexo	Masculino	Recuento	54	32	9	10	7	112
		% dentro de Sexo	48,2%	28,6%	8,0%	8,9%	6,3%	100,0 %
	Femenino	Recuento	47	28	6	5	8	94
		% dentro de Sexo	50,0%	29,8%	6,4%	5,3%	8,5%	100,0 %
Total		Recuento	101	60	15	15	15	206
		% dentro de Sexo	49,0%	29,1%	7,3%	7,3%	7,3%	100,0 %

Fuente: Elaboración propia

Figura 12. Variables cruzadas: Sexo* De lo que ha observado en su visita ¿Qué se debe mejorar?



Nota: Elaboración propia

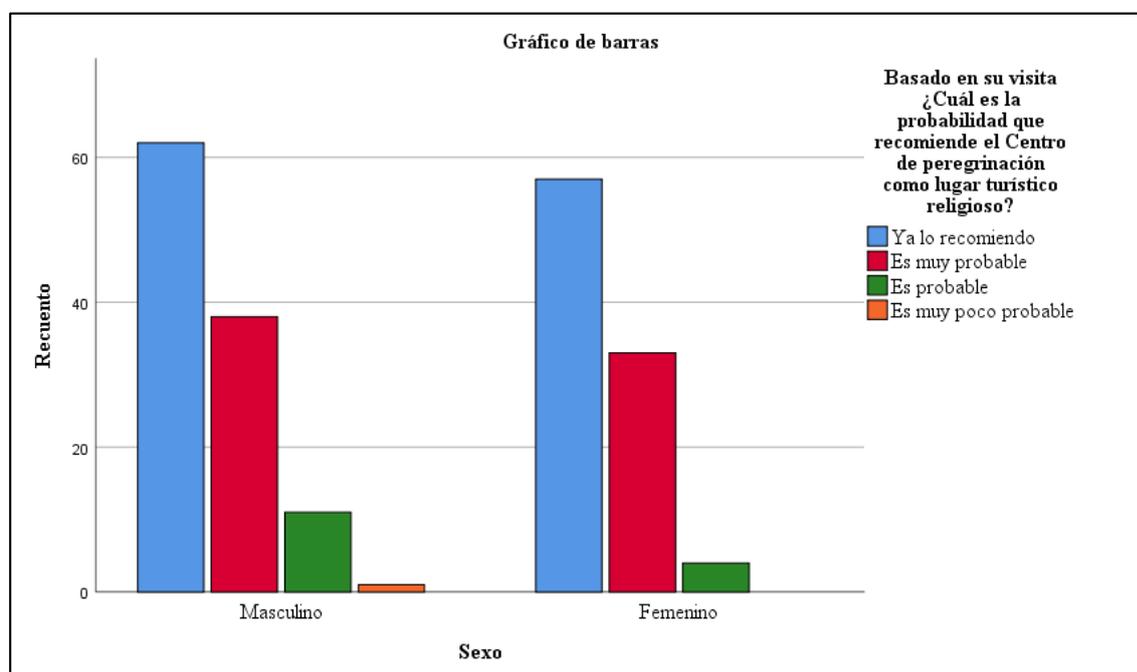
Análisis: Los resultados arrojados muestran que el 49% de la población encuestada identifica que el principal aspecto a mejorar es la gradería, esta información corrobora que para los visitantes es importante contar con buenas vías de acceso que comuniquen el recorrido al monumento de la virgen, debido que a menudo el Centro de Peregrinación Mariano es frecuentado por niños y adultos mayores. Por otro lado, el 29.1% de los encuestados coincide que el segundo aspecto a mejorar es el acceso para las personas con movilidad reducida, lo que indica que la accesibilidad al lugar debe ser intervenida de manera primordial para generar mayor inclusión turística.

Tabla 11. Tabla cruzada: Sexo * Basado en su visita ¿Cuál es la probabilidad que recomiende el Centro de Peregrinación como lugar turístico religioso?

Tabla cruzada Sexo*Basado en su visita ¿Cuál es la probabilidad que recomiende el Centro de peregrinación como lugar turístico religioso?							
		Basado en su visita ¿Cuál es la probabilidad que recomiende el Centro de peregrinación como lugar turístico religioso?					Total
		Ya lo recomiendo	Es muy probable	Es probable	Es muy poco probable		
Sexo	Masculino	Recuento	62	38	11	1	112
		% dentro de Sexo	55,4%	33,9%	9,8%	0,9%	100,0%
	Femenino	Recuento	57	33	4	0	94
		% dentro de Sexo	60,6%	35,1%	4,3%	0,0%	100,0%
Total		Recuento	119	71	15	1	206
		% dentro de Sexo	57,8%	34,5%	7,3%	0,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 13. Variables cruzadas: Sexo * Basado en su visita ¿Cuál es la probabilidad que recomiende el Centro de Peregrinación como lugar turístico religioso?



Nota: Elaboración propia

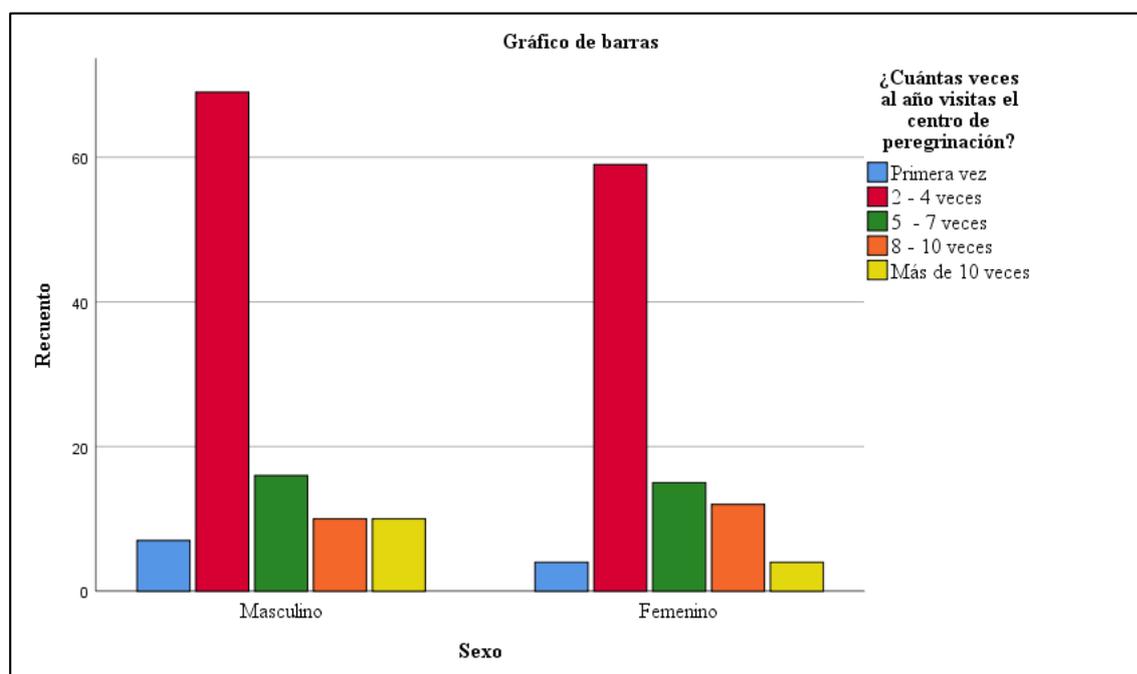
Análisis: Respecto a la visita al Centro de Peregrinación Mariano, del 57.8% total de los encuestados, el 60.6% mujeres y el 55.4% hombres, recomiendan el Centro de Peregrinación Mariano como sitio para realizar turismo religioso, lo que evidencia un alto nivel de satisfacción, por cual tiene alta probabilidad de ser y seguir siendo recomendado.

Tabla 12. *Tabla cruzada: Sexo * ¿Cuántas veces al año visitas el centro de peregrinación?*

Tabla cruzada Sexo*¿Cuántas veces al año visitas el centro de peregrinación?								
			¿Cuántas veces al año visitas el centro de peregrinación?					Total
			Primera vez	2 - 4 veces	5 - 7 veces	8 - 10 veces	Más de 10 veces	
Sexo	Masculino	Recuento	7	69	16	10	10	112
		% dentro de Sexo	6,3%	61,6%	14,3%	8,9%	8,9%	
	Femenino	Recuento	4	59	15	12	4	94
		% dentro de Sexo	4,3%	62,8%	16,0%	12,8%	4,3%	
Total		Recuento	11	128	31	22	14	206
		% dentro de Sexo	5,3%	62,1%	15,0%	10,7%	6,8%	

Nota: Elaboración propia

Figura 14. *Variables cruzadas: Sexo * ¿Cuántas veces al año visitas el centro de peregrinación?*



Nota: Elaboración propia

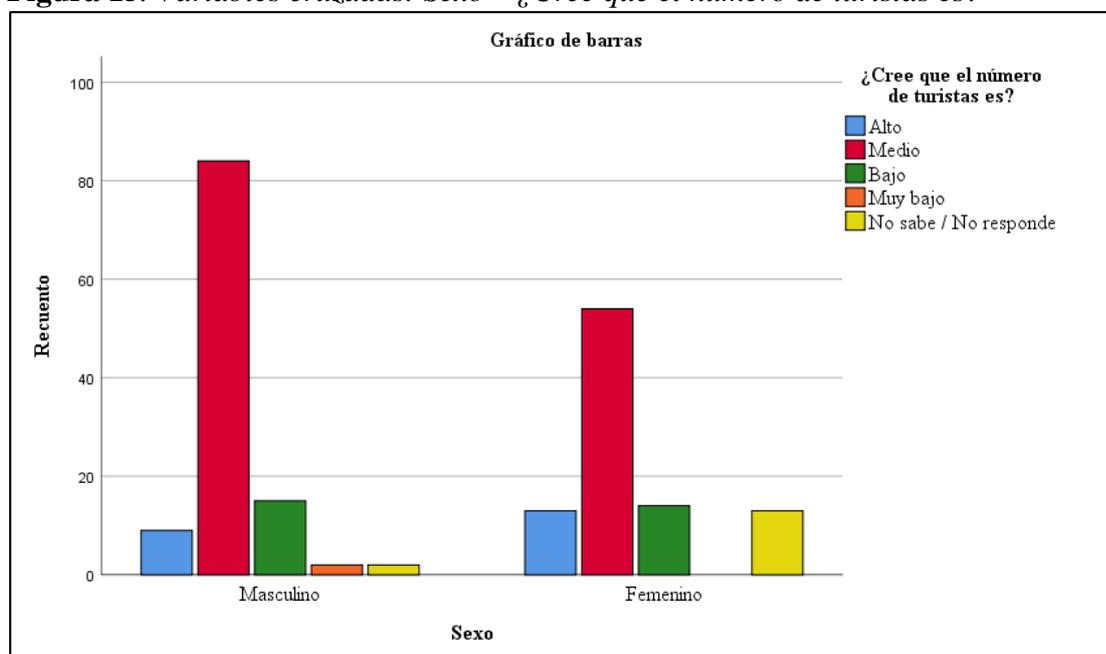
Análisis: De acuerdo a la frecuencia de visitas al año, el 62.1% de los turistas encuestados visitan con un promedio de 2 a 4 veces al año el centro de peregrinación; lo que resalta un flujo continuo de peregrinos que repite visita convirtiéndolo en un hábito.

Tabla 13. *Tabla cruzada: Sexo * ¿Cree que el número de turistas es?*

Tabla cruzada Sexo* ¿Cree que el número de turistas es?								
			¿Cree que el número de turistas es?					Total
			Alto	Medio	Bajo	Muy bajo	No sabe / No responde	
Sexo	Masculino	Recuento	9	84	15	2	2	112
		% dentro de Sexo	8,0%	75,0%	13,4%	1,8%	1,8%	100,0%
	Femenino	Recuento	13	54	14	0	13	94
		% dentro de Sexo	13,8%	57,4%	14,9%	0,0%	13,8%	100,0%
Total		Recuento	22	138	29	2	15	206
		% dentro de Sexo	10,7%	67,0%	14,1%	1,0%	7,3%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 15. *Variables cruzadas: Sexo * ¿Cree que el número de turistas es?*



Nota: Elaboración propia

Análisis: Del total de encuestados el 75.0% representado por el género masculino y el 57.4% representado por el género femenino, identifican que el nivel de turistas en el centro de peregrinación es medio; este resultado arroja que la mayor circulación de turistas en el lugar de peregrinación corresponde al género masculino; por otro lado el 17.6% de los participantes

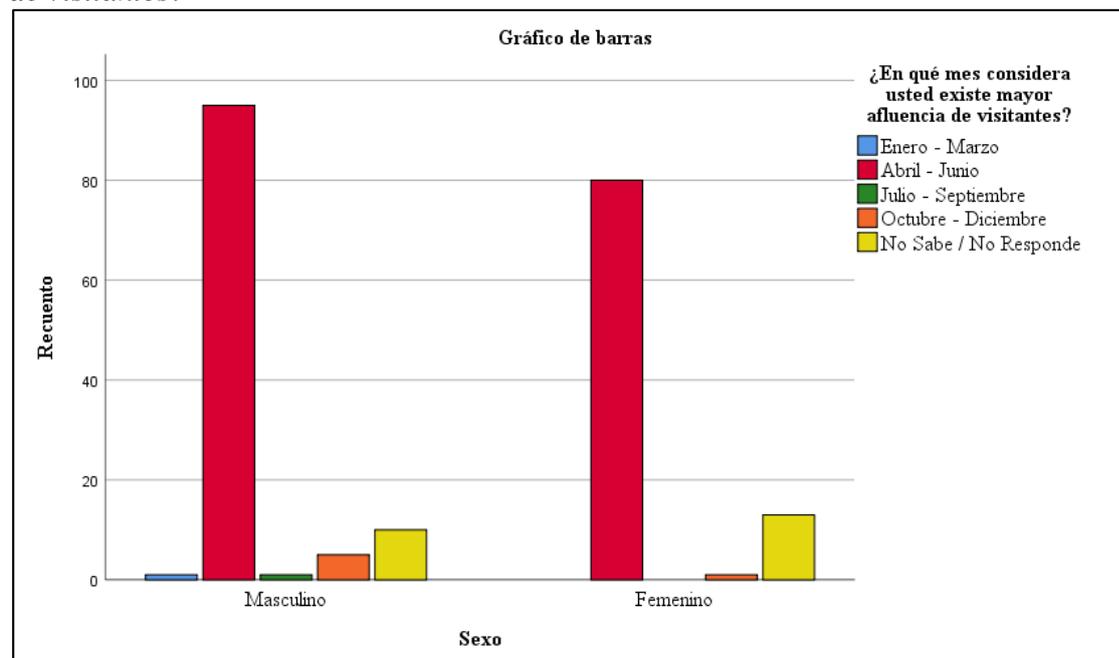
se observan un poco inseguros a la hora de responder ya que la percepción fue que el volumen de turistas se encontraba entre alto, bajo, muy bajo; otros por su parte no saben o no responden.

Tabla 14. *Tabla cruzada: Sexo * ¿En qué mes considera usted existe mayor afluencia de visitantes?*

			¿En qué mes considera usted existe mayor afluencia de visitantes?					Total
			Enero - Marzo	Abril - Junio	Julio - Septiembre	Octubre - Diciembre	No Sabe / No Responde	
Sexo	Masculino	Recuento	1	95	1	5	10	112
		% dentro de Sexo	0,9%	84,8%	0,9%	4,5%	8,9%	100,0 %
	Femenino	Recuento	0	80	0	1	13	94
		% dentro de Sexo	0,0%	85,1%	0,0%	1,1%	13,8%	100,0 %
Total		Recuento	1	175	1	6	23	206
		% dentro de Sexo	0,5%	85,0%	0,5%	2,9%	11,2%	100,0 %

Nota: Elaboración propia

Figura 16. *Variables cruzadas: Sexo * ¿En qué mes considera usted existe mayor afluencia de visitantes?*



Nota: Elaboración propia

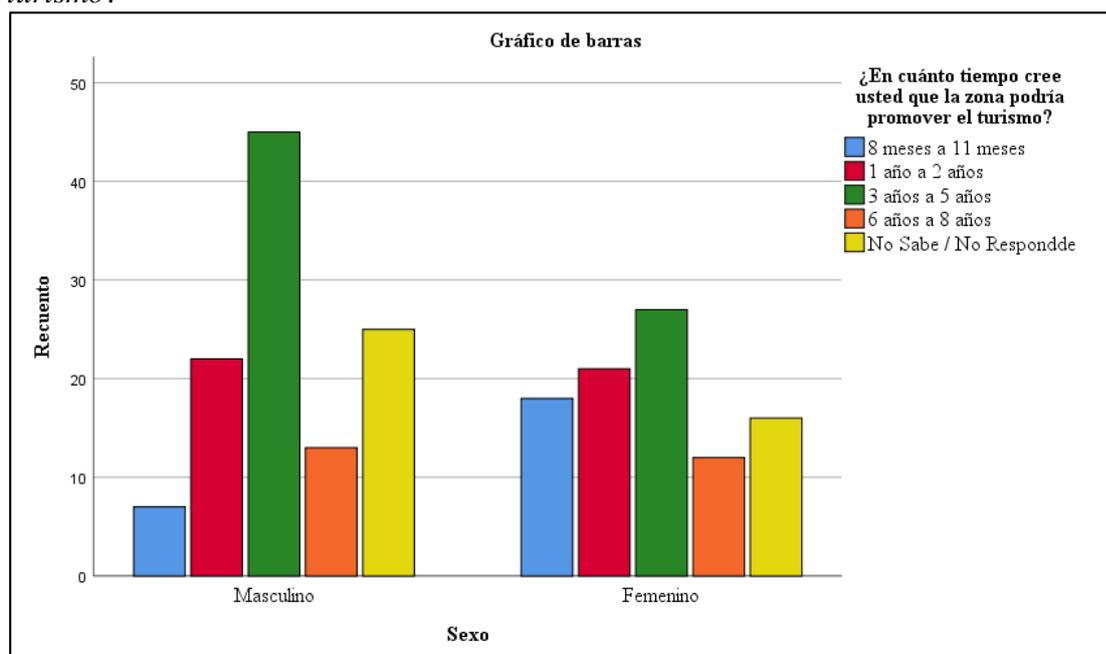
Análisis: Según los resultados el 85% de la población encuestada identifica que los meses correspondientes al periodo de abril a junio son los de mayor afluencia de peregrinos. Coincidiendo esta temporada identificada por los encuestados con la celebración de la aparición de la Virgen que data el mes de mayo 1971.

Tabla 15. *Tabla cruzada: ¿En cuánto tiempo cree usted que la zona podría promover el turismo?*

Tabla cruzada Sexo* ¿En cuánto tiempo cree usted que la zona podría promover el turismo?								
			¿En cuánto tiempo cree usted que la zona podría promover el turismo?					Total
			8 meses a 11 meses	1 año a 2 años	3 años a 5 años	6 años a 8 años	No Sabe / No Responde	
Sexo	Masculino	Recuento	7	22	45	13	25	112
		% dentro de Sexo	6,3%	19,6%	40,2%	11,6%	22,3%	100,0 %
	Femenino	Recuento	18	21	27	12	16	94
		% dentro de Sexo	19,1%	22,3%	28,7%	12,8%	17,0%	100,0 %
Total		Recuento	25	43	72	25	41	206
		% dentro de Sexo	12,1%	20,9%	35,0%	12,1%	19,9%	100,0 %

Nota: Elaboración propia

Figura 17. Variable cruzada: ¿En cuánto tiempo cree usted que la zona podría promover el turismo?



Nota: Elaboración propia

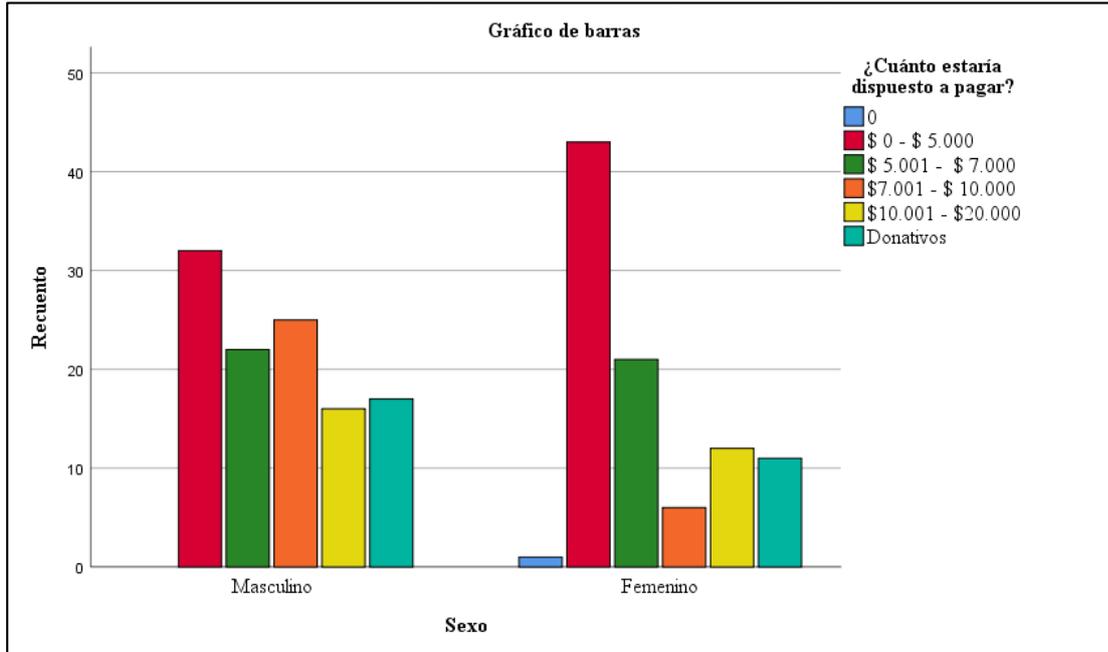
Análisis: Según la percepción de los encuestados, representado en el 40.2% hombres y 28.7% en mujeres, el 35.0% asegura que el Centro de Peregrinación Mariano se convertirá en una zona turística aproximadamente de 3 a 5 años a futuro, lo que recomienda que se debe seguir interviniendo al Centro Mariano para lograr su desarrollo como futuro destino turístico religioso, resaltando que aproximadamente el 12% restante estima otros lapsos de tiempo para que la zona pueda promover el turismo.

Tabla 16. Tabla cruzada: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

			Tabla cruzada: Sexo * ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?						
			¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?						
			0	\$ 0 - \$ 5.000	\$ 5.001 - \$ 7.000	\$ 7.001 - \$ 10.000	\$ 10.001 - \$ 20.000	Donativos	Total
Sexo	Masculino	Recuento	0	32	22	25	16	17	112
		% dentro de Sexo	0,0%	28,6%	19,6%	22,3%	14,3%	15,2%	100,0%
	Femenino	Recuento	1	43	21	6	12	11	94
		% dentro de Sexo	1,1%	45,7%	22,3%	6,4%	12,8%	11,7%	100,0%
Total		Recuento	1	75	43	31	28	28	206
		% dentro de Sexo	0,5%	36,4%	20,9%	15,0%	13,6%	13,6%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 18. Variables cruzadas: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?



Nota: Elaboración propia

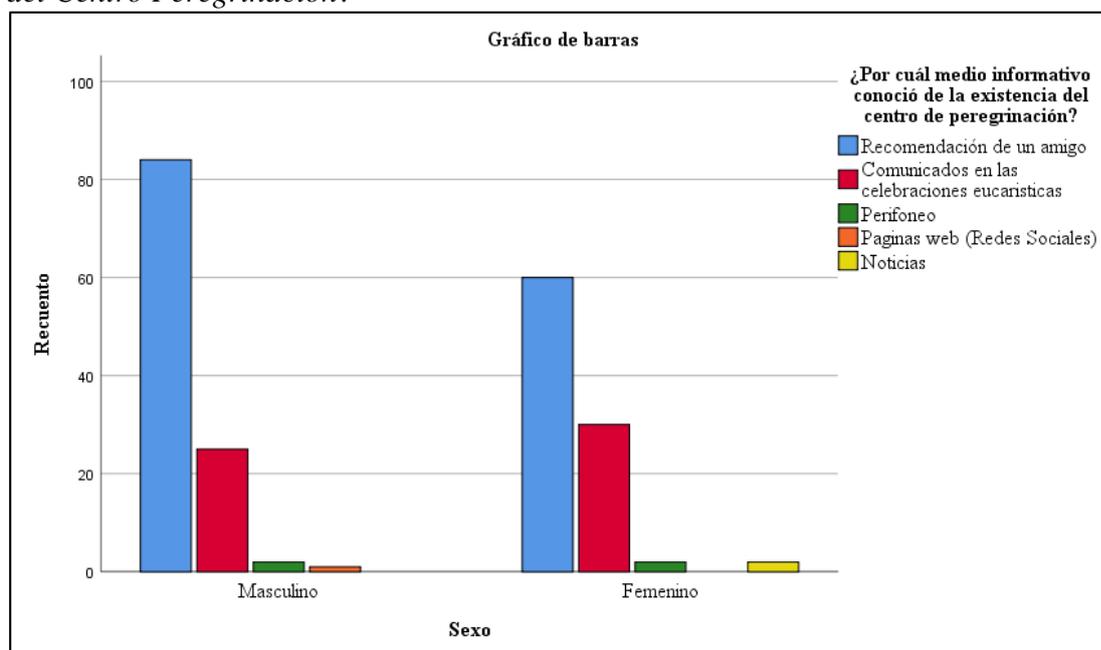
Análisis: El 36.4% del total de los encuestados, representados en el 28.6% hombres y 45.7% mujeres, mencionan que estarían dispuestos a pagar un valor de \$0 a \$5000 pesos para ingresar al destino. Por otro lado, el 17.1% de la población encuestada sugiere valores de pago distintos para acceder al sitio religioso. Esta información se puede ver sustentada que los visitantes especialmente de las zonas aledañas no cuentan con un poder adquisitivo alto.

Tabla 17. Tabla cruzada: Sexo * ¿Por cuál medio informativo conoció de la existencia del Centro Peregrinación?

Tabla cruzada Sexo*¿Por cuál medio informativo conoció de la existencia del Centro de Peregrinación?								
		¿Por cuál medio informativo conoció de la existencia del centro de peregrinación?						Total
		Recomendación de un amigo	Comunicados en las celebraciones eucarísticas	Perifoneo	Páginas web (Redes Sociales)	Noticias		
Sexo	Masculino	Recuento	84	25	2	1	0	112
	% dentro de Sexo		75,0%	22,3%	1,8%	0,9%	0,0%	100,0%
	Femenino	Recuento	60	30	2	0	2	94
	% dentro de Sexo		63,8%	31,9%	2,1%	0,0%	2,1%	100,0%
Total		Recuento	144	55	4	1	2	206
		% dentro de Sexo	69,9%	26,7%	1,9%	0,5%	1,0%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 19. Variables cruzadas: Sexo * ¿Por cuál medio informativo conoció de la existencia del Centro Peregrinación?



Nota: Elaboración propia

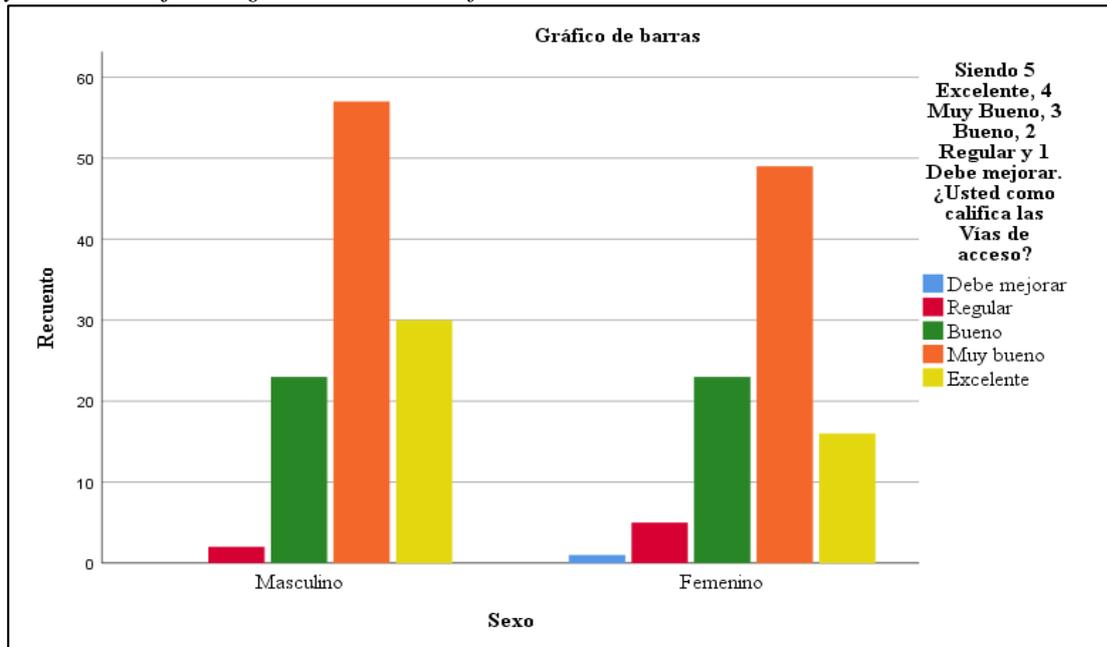
Análisis: Después de aplicar la encuesta el 69.9% de los encuestados expresan que el principal medio por el que conocen el centro de peregrinación mariano es a través de la voz a voz; esto se fundamenta con una participación del 75.0% del género masculino y el 63.8% del género femenino. El Centro de Peregrinación Mariano carece de estrategias de medios publicitarios lo que hace evidente que las personas asisten al sitio por la recomendación y el relacionamiento de las personas.

Tabla 18. *Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica las vías de acceso?*

Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica las vías de acceso?								
			Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. Usted cómo califica. Vías de acceso					
			Debe mejorar	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Sexo	Masculino	Recuento	0	2	23	57	30	112
		% dentro de Sexo	0,0%	1,8%	20,5%	50,9%	26,8%	100,0%
	Femenino	Recuento	1	5	23	49	16	94
		% dentro de Sexo	1,1%	5,3%	24,5%	52,1%	17,0%	100,0%
Total		Recuento	1	7	46	106	46	206
		% dentro de Sexo	0,5%	3,4%	22,3%	51,5%	22,3%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 20. Variables cruzadas Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica las vías de acceso?



Nota: Elaboración propia

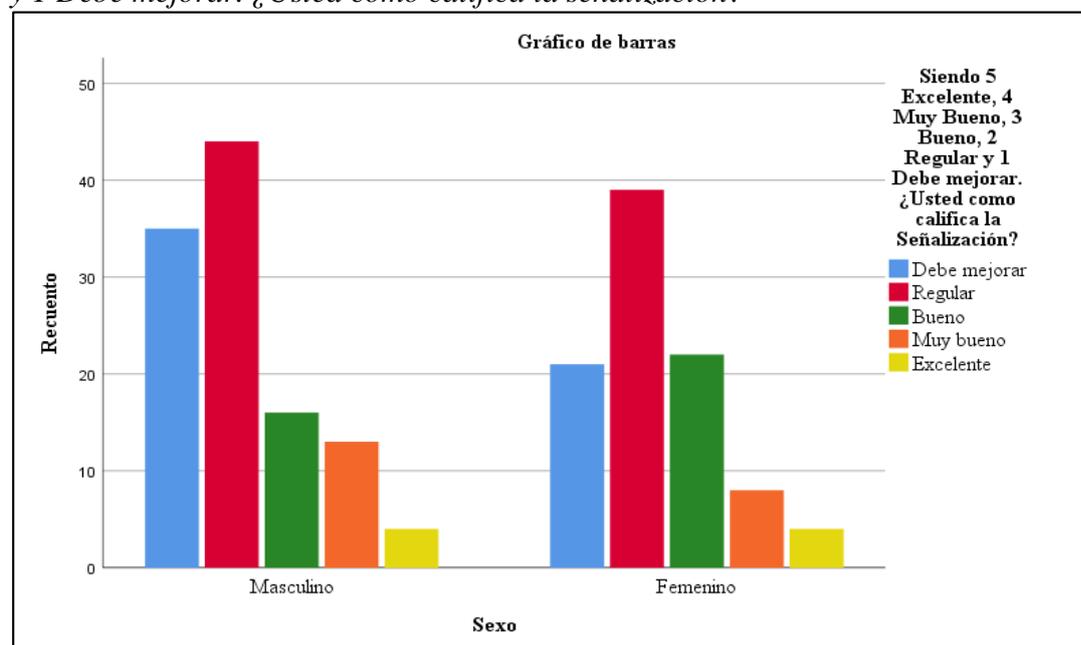
Análisis: Teniendo en cuenta que las vías de acceso son importantes para el desarrollo económico e intervienen en la accesibilidad de un destino, el 51,1% de los encuestados manifiestan que las carreteras se encuentran en un muy buen estado conforme al rango de valoración definido en la encuesta, el contexto de esta afirmación es debido a que el Centro de Peregrinación está ubicado aproximadamente a 3km de la vía internacional – panamericana la cual tiene una constante movilidad vehicular.

Tabla 19. Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica la señalización?

Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica la señalización?								
		Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. Usted cómo califica. Señalización					Total	
		Debe mejorar	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente		
Sexo	Masculino	Recuento	35	44	16	13	4	112
		% dentro de Sexo	31,3%	39,3%	14,3%	11,6%	3,6%	100,0%
	Femenino	Recuento	21	39	22	8	4	94
		% dentro de Sexo	22,3%	41,5%	23,4%	8,5%	4,3%	100,0%
Total		Recuento	56	83	38	21	8	206
		% dentro de Sexo	27,2%	40,3%	18,4%	10,2%	3,9%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 21. Variables Cruzadas Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica la señalización?



Nota: Elaboración propia

Análisis: En torno a la señalización y su función complementaria en la oferta turística de un destino, el 40.3% de la población encuestada señala que su funcionalidad es regular, por lo cual se recomienda la participación y el apoyo de entidades públicas como la Alcaldía

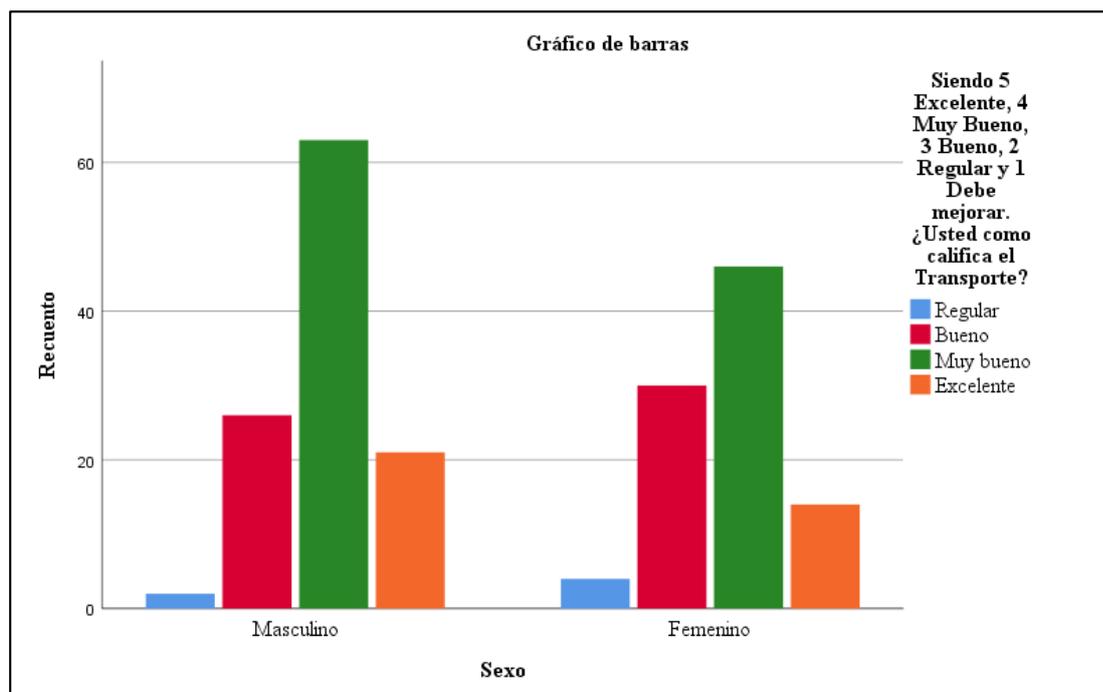
Municipal para la gestión de planes en señalización y señalética en pro del desarrollo del Centro de Peregrinación sitio objeto de estudio.

Tabla 20. *Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica el transporte?*

		Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. Usted cómo califica. Transporte					
			Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Sexo	Masculino	Recuento	2	26	63	21	112
		% dentro de Sexo	1,8%	23,2%	56,3%	18,8%	100,0%
	Femenino	Recuento	4	30	46	14	94
		% dentro de Sexo	4,3%	31,9%	48,9%	14,9%	100,0%
Total		Recuento	6	56	109	35	206
		% dentro de Sexo	2,9%	27,2%	52,9%	17,0%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 22. *Variables cruzadas Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. Usted cómo califica. ¿Usted cómo califica el transporte?*



Nota: Elaboración propia

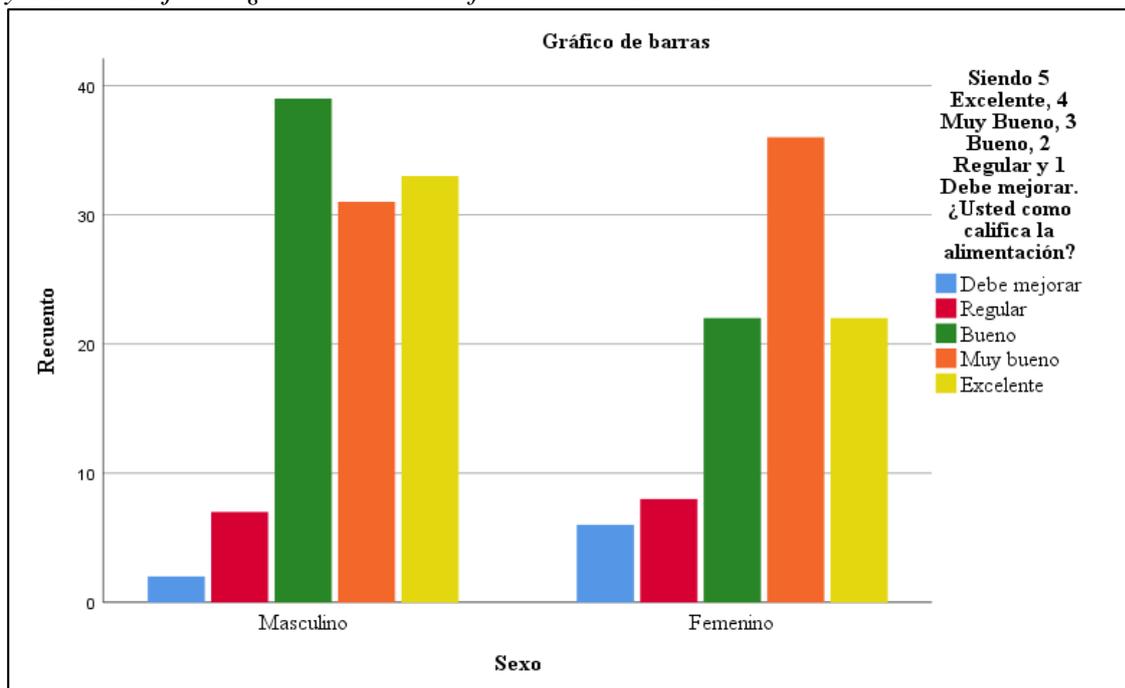
Análisis: En términos de servicio de transporte y su intervención en la industria turística, se evidencia que para el 52.9% de la población encuestada este servicio es muy bueno, dado a que existen diferentes empresas de transporte intermunicipal y urbano que recorren esta zona constantemente con tarifas asequibles.

Tabla 21. *Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica la alimentación?*

			Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica la alimentación?					
			Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica la alimentación?					Total
			Debe mejorar	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	
Sexo	Masculino	Recuento	2	7	39	31	33	112
		% dentro de Sexo	1,8%	6,3%	34,8%	27,7%	29,5%	100,0 %
	Femenino	Recuento	6	8	22	36	22	94
		% dentro de Sexo	6,4%	8,5%	23,4%	38,3%	23,4%	100,0 %
Total		Recuento	8	15	61	67	55	206
		% dentro de Sexo	3,9%	7,3%	29,6%	32,5%	26,7%	100,0 %

Nota: Elaboración propia

Figura 23. Variables cruzadas Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica la alimentación?



Nota: Elaboración propia

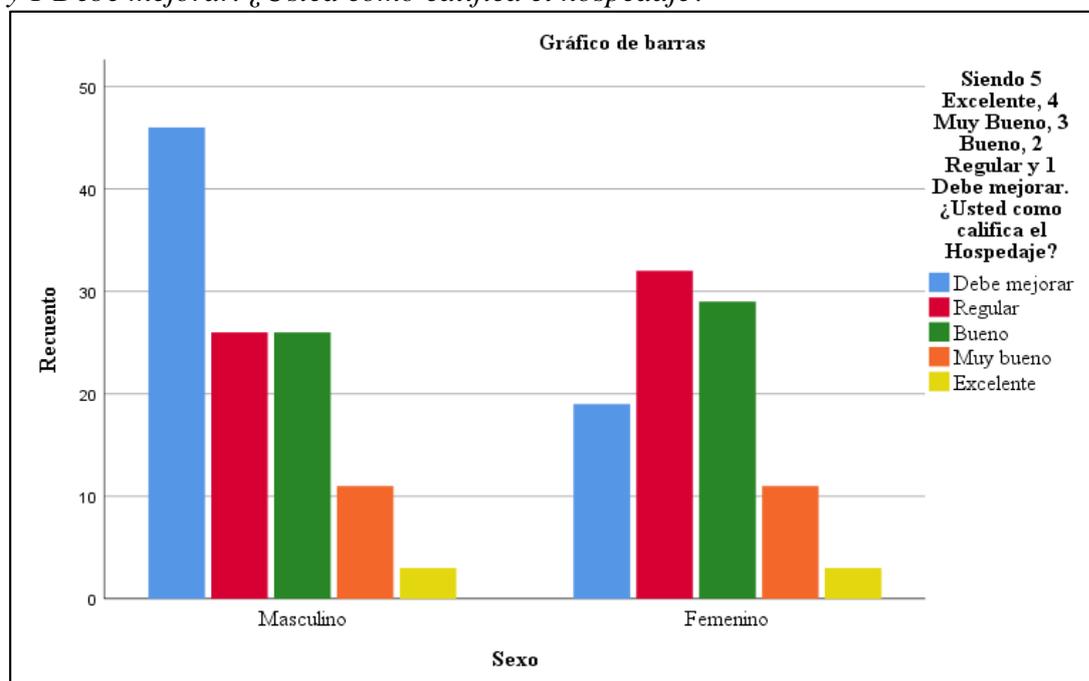
Análisis: Teniendo en cuenta que la gastronomía es un atractivo turístico, el 32.5% de la población encuestada afirma que el servicio de restauración cercano al sitio es muy bueno, evidenciando que el 10.6% restante de los encuestados opina que el servicio es bueno y/o excelente por tanto se estima que a medida que se fortalezca este servicio aledaño al lugar su crecimiento será notorio.

Tabla 22. Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica el hospedaje?

		Tabla cruzada Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica el hospedaje?						
		Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica el hospedaje?						
			Debe mejorar	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	Total
Sexo	Masculino	Recuento	46	26	26	11	3	112
		% dentro de Sexo	41,1%	23,2%	23,2%	9,8%	2,7%	100,0%
	Femenino	Recuento	19	32	29	11	3	94
		% dentro de Sexo	20,2%	34,0%	30,9%	11,7%	3,2%	100,0%
Total		Recuento	65	58	55	22	6	206
		% dentro de Sexo	31,6%	28,2%	26,7%	10,7%	2,9%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 24. Variables cruzadas: Sexo* Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. ¿Usted cómo califica el hospedaje?



Nota: Elaboración propia

Análisis: Considerando el grafico 22 en relación con la opinión de los encuestados, se puede inferir lo siguiente: el género masculino le da una valoración de Muy bueno al hospedaje con un porcentaje del 9.8; a diferencia del porcentaje obtenido de la opinión del género femenino que arrojó un porcentaje del 11.7, con la diferencia de 1.9 puntos porcentuales por

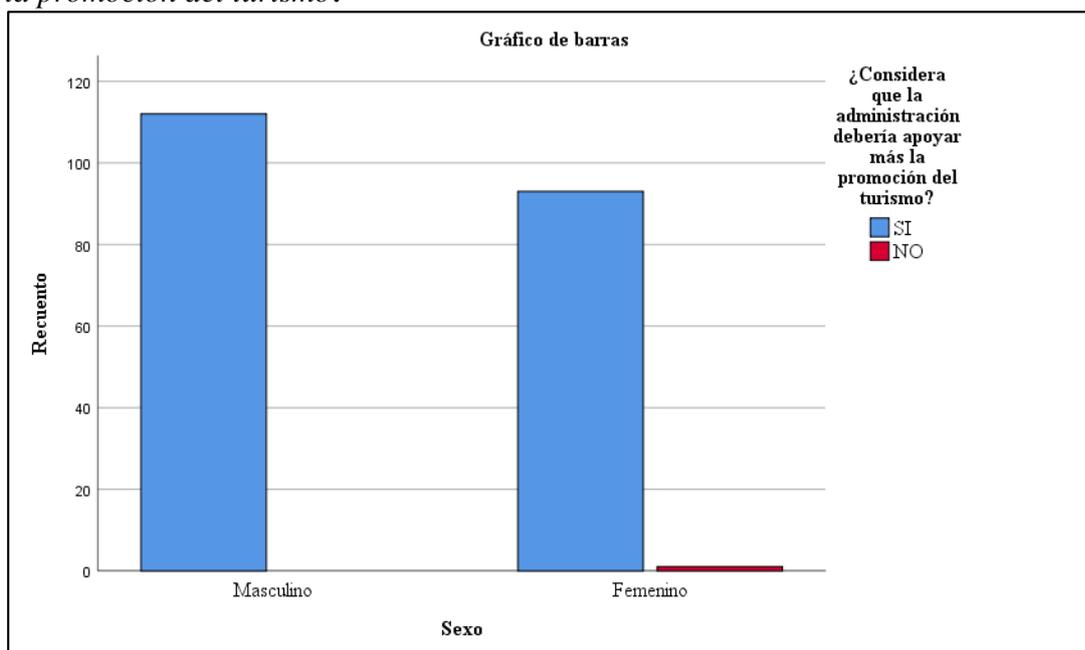
encima del género masculino; lo que sugiere que del porcentaje total de encuestados el género femenino otorga mayor valoración de muy bueno al servicio.

Tabla 23. *Tabla cruzada Sexo*¿Considera que la administración debería apoyar más la promoción del turismo?*

Tabla cruzada Sexo*¿Considera que la administración debería apoyar más la promoción del turismo?					
		¿Considera que la administración debería apoyar más la promoción del turismo?			Total
		SI	NO		
Sexo	Masculino	Recuento	112	0	112
		% dentro de Sexo	100,0%	0,0%	100,0%
	Femenino	Recuento	93	1	94
		% dentro de Sexo	98,9%	1,1%	100,0%
Total		Recuento	205	1	206
		% dentro de Sexo	99,5%	0,5%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 25. *Variables cruzadas Sexo*¿Considera que la administración debería apoyar más la promoción del turismo?*



Nota: Elaboración propia

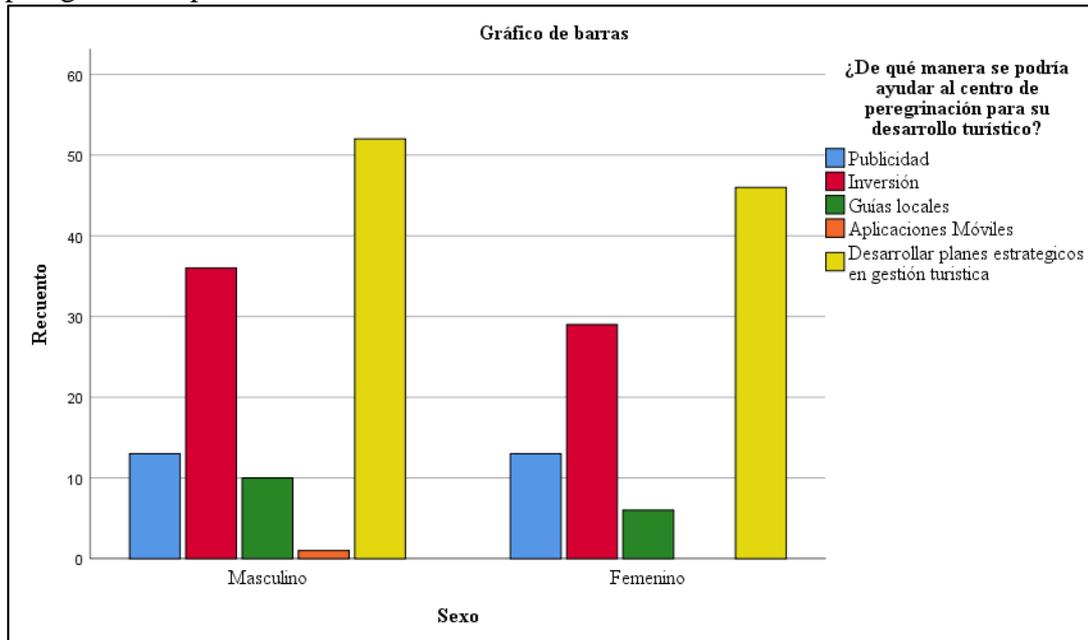
Análisis: El 99.5% de los participantes consideran que debe existir apoyo de la administración municipal para el desarrollo del centro de peregrinación; los visitantes identificaron la falta de apoyo institucional para que el lugar logre un desarrollo óptimo como destino religioso, apoyados en que el municipio carece de herramientas en planificación y gestión en pro del desarrollo turístico en la región.

Tabla 24. *Tabla cruzada Sexo*¿De qué manera se podría ayudar al centro de peregrinación para su desarrollo turístico?*

Tabla cruzada Sexo*¿De qué manera se podría ayudar al centro de peregrinación para su desarrollo turístico?								
		¿De qué manera se podría ayudar al centro de peregrinación para su desarrollo turístico?						Total
		Publicidad	Inversión	Guías locales	Aplicaciones Móviles	Desarrollar planes estratégicos en gestión turística		
Sexo	Masculino	Recuento	13	36	10	1	52	112
		% dentro de Sexo	11,6%	32,1%	8,9%	0,9%	46,4%	100,0%
	Femenino	Recuento	13	29	6	0	46	94
		% dentro de Sexo	13,8%	30,9%	6,4%	0,0%	48,9%	100,0%
Total		Recuento	26	65	16	1	98	206
		% dentro de Sexo	12,6%	31,6%	7,8%	0,5%	47,6%	100,0%

Nota: Elaboración propia

Figura 26. Variables cruzadas Sexo*¿De qué manera se podría ayudar al centro de peregrinación para su desarrollo turístico?



Nota: Elaboración propia

Análisis: Dentro de la encuesta se identifica que el 0.5% de las personas encuestadas que acuden al centro de peregrinación no se encuentran interesados en el uso de tecnologías y/o aplicaciones móviles para acompañar su visita o experiencia en el sitio ya que el turismo religioso es un encuentro personal espiritual que te regocija de paz como lo afirma el Párroco Giovanni Biallo en su conferencia “Turismo Religioso y Peregrinación: En las enseñanzas de la iglesia católica”.

4.1.4. Valoración de ítems

1. Recursos del templo y conservación y mantenimiento

Para la valoración de los recursos del templo se contó con el apoyo del Arquitecto Cristian Daniel Páez Carvajal, Especialista en diseño y adecuación de espacios interiores. Arquitecto que realiza una visita técnica y determina lo siguiente:

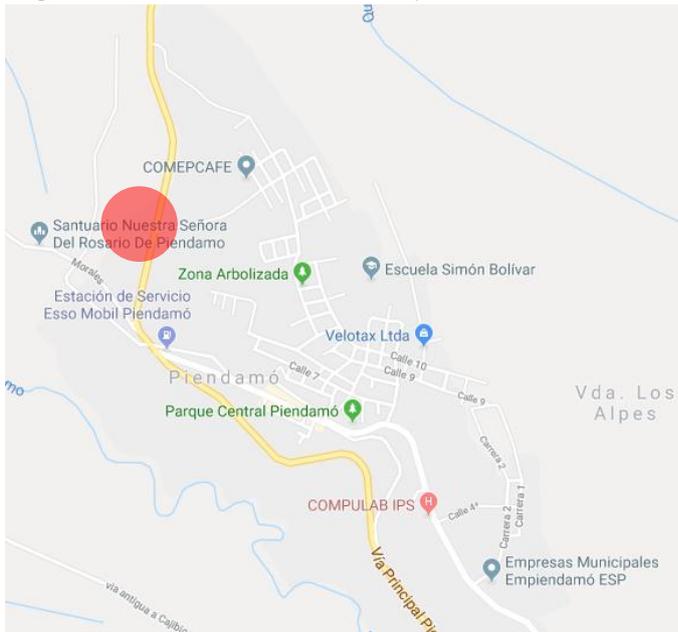
La valoración de los espacios arquitectónicos tiene como fin, atribuirle un valor o significancia a un espacio y/o construcción que la comunidad ya sea por las dinámicas urbanas o significancia social, cultural o religiosa, las convierten en hitos para el sector en el que se encuentran ubicados. Estos espacios pueden ser de diversas características (al aire libre, cerrados, mixta, complejo constructivo, etc.) que configura la memoria colectiva convirtiéndolo en ocasiones parte de un todo.

Este es el caso del Santuario de La Virgen del Rosario de Piendamó, la cual consta de varios espacios construidos y al aire libre (mixto) que se convierte en un sitio de peregrinaje para los fieles religiosos del culto católico, debido a que se considera este espacio como un lugar santo y místico, gracias a su historia y su memoria colectiva.

Ubicación de la visita

La visita del profesional en arquitectura al Centro de Peregrinación Mariano se realizó el día 11 de noviembre del 2019, en el municipio de Piendamó, a 41 kilómetros de la ciudad de Popayán.

Figura 27. Piendamó, Morales y veredas aledañas



Nota: Google Earth (2019)

El sitio objeto de estudio está ubicado sobre la vida principal que comunica Piendamó con Morales, aproximadamente a 5 minutos a pie del terminal de transportes del municipio de Piendamó.

Realización de la visita

La visita inició sobre el acceso principal al centro de peregrinaje, la cual consta de un portón y zona de parqueo junto a la vivienda en la cual reside la propietaria y fundadora del sitio de peregrinaje Dora Lilia Núñez. Seguido a esto se puede apreciar una vía pavimentada en descenso hacia la capilla del santuario y un oratorio externo y por último un sendero peatonal escalonado que permite el acceso al “chorro” y monumento de la virgen del rosario.

Acceso principal

Figura 28. *Entrada Centro de peregrinación*



Nota: Elaboración propia

El acceso al Centro es un portón en el cual se ubican diferentes comerciantes quienes ocupan parte de la visual hacia el acceso, perdiendo en gran medida la posibilidad de que la entrada tenga una mayor significancia o representatividad al elemento de encuentro inmediato.

Templo del santuario de la virgen del rosario de Piendamó

Figura 29. *Templo del santuario de la virgen del rosario de Piendamó*



Nota: Elaboración propia

El templo del santuario de la virgen es un elemento arquitectónico religioso por debajo del nivel 0 (cero) de acceso, es decir, construido bajo un diseño acondicionado al espacio existente, bajo un sistema constructivo en concreto y ladrillo tradicional, acabados en obra blanca y con constante mantenimiento, alargando su ciclo de vida.

Posee tres espacios importantes, 1) el altar, el cual está delimitado por una reja metálica negra, restringiendo el acceso a particulares, 2) zona de bancas para los peregrinos que llegan a la misa y/u orar mientras el templo está abierto y 3) salón de la memoria, donde se acumulan una gran variedad de artilugios y vestigios de milagros según los peregrinos, demostrando así que el templo es de gran importancia para la comunidad dadas las condiciones internas y externas del templo.

Oratorio

Figura 30. *Oratorio*



Nota: Elaboración propia

El oratorio es un espacio acondicionado como alternativa para personas que no logran ingresar a la iglesia, el cual posee un pequeño altar y una zona de bancas. Este espacio se ha construido con materialidad mixta con el fin de mejorar las condiciones del sitio y servicio.

Sendero hacia el santuario

Figura 31. *Sendero hacia el santuario*



Nota: Elaboración propia

El sendero es una escalinata en concreto con barandal o pasamanos en medio del sendero, conecta el acceso principal, el templo y el oratorio del santuario ubicado en la parte inferior.

La pendiente o topografía del sector no se conoce, pero las huellas (ancho de cada escalón) son bastantes grandes o anchas, en algunas ocasiones las contra huellas (altura de cada escalón), son elementos que generan molestia o no son las adecuadas para la comodidad de los usuarios, esto teniendo en cuenta que la mayoría de los visitantes (vistos durante la visita) eran personas mayores de edad, dificultando en gran medida la accesibilidad de los peregrinos.

Santuario de la virgen del Rosario

Figura 32. *Santuario de la virgen del Rosario*



Nota: Elaboración propia

El santuario de la virgen del rosario es una escalinata rematada con un monumento cerrado a la virgen del rosario, alegoría a la historia de la aparición de la virgen en el sitio. El punto más importante del lugar es el reservorio de agua, espacio exacto donde ocurrió la aparición de la Virgen, siendo el punto más húmedo y frío de todo el santuario. El espacio posee un gran potencial de recuperación y mejoramiento arquitectónico para el mejoramiento integral del santuario.

Percepción espacial

El santuario de la virgen del rosario de Piendamó, es un sitio que combina elementos paisajísticos y arquitectónicos de gran importancia para la comunidad, que los convierten en elementos de apreciación y preservación; este espacio acogedor por el entorno natural y de meditación entorno artificial construido, permiten al visitante conectarse con todos los elementos que componen el sitio.

Bajo los criterios arquitectónicos, el santuario posee un gran potencial para recrear un proyecto de mejoramiento integral e implementación de sendero paisajístico.

Concepto

El Santuario de la virgen del Rosario, es un elemento arquitectónico y natural que posee lo más importante para considerarlo un hito de significancia en el sector, convirtiéndolo en un nodo intercultural y religioso del municipio, punto de encuentro y reconocimiento de muchos habitantes.

Este espacio es de gran valor para todos los habitantes y peregrinos del sector, y vale la pena rescatar y promocionar, cada uno de los espacios interiores y exteriores con el fin de convertirlo en un punto de mayor influencia en el departamento.

Recomendaciones

- Elaborar plano topográfico del santuario como base para la intervención y mejoramiento del mismo.
- Gestionar ante las facultades de arquitectura en las universidades de la ciudad de Popayán proyectos de trabajo de grado con el objeto de mejorar el sendero ecológico y religioso del santuario de la virgen del rosario.

2. Promoción del Templo

De acuerdo con Philip Kotler & Gary Amstrong

El marketing es el arte de ofrecer lo que el mercado quiere y obtener ganancias, para lograr esto se deben realizar estudios de mercados y conocer que producto vender, a qué tipo de público le interesa, cuáles serían los canales de distribución y técnicas adecuadas de comunicación para vender dicho producto y precio al que se le debe vender (2003, p.5).

Las 4 P's son: Producto, Precio, Promoción y Plaza de Distribución.

En el caso de promoción se define como "la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren" (Kotler, *et al.*2000, p. 98).

Para el caso del centro de peregrinación, se observó que el sitio no cuenta con las estrategias adecuadas en promoción o marketing para su crecimiento, debido a que su difusión por años se ha basado en el relacionamiento de personas o dicho de otra manera en la voz a voz entre amigos y en ocasiones en entrevistas a medios municipales y regionales.

Lo que evidencia la necesidad de implementar estrategias en marketing que permitirán tener mayor difusión del centro de peregrinación como lugar turístico religioso; estrategias como:

- Desarrollo de planes en marketing digital
- Manejo de redes sociales

3. Señalización y señalética

De acuerdo con Barbieri:

La señalética es una actividad perteneciente al diseño gráfico que estudia y desarrolla un sistema de comunicación visual sintetizado en un conjunto de señales o símbolos que cumplen la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas en aquellos puntos del espacio que planteen dilemas de comportamiento. Se diferencia de la Señalización en tanto que ésta se refiere al conjunto de señales utilizadas en un espacio público, siendo un sistema que tiene por objeto regularizar flujos de gente o de vehículos en un espacio exterior, sin influir en la imagen del entorno y sin tener en cuenta sus características (2016).

Apoyada en este concepto y en el informe ambiental, el centro de peregrinación tiene poca señalética y la existente se encuentra muy desgastada, por lo cual se recomienda una actualización de las mismas y en un material capaz de resistir la humedad del lugar.

Teniendo en cuenta que la señalización vial hace referencia a las señales de riesgos de accidentes, zonas escolares, entre otros. Se contó con un profesional en el área civil para la respectiva valoración. De acuerdo a la profesional Ingeniera Astrid Milena Sánchez, ingeniera residente de Donal Bogotá Bautista (DBB) Ingeniería y Consultoría en Infraestructura, empresa contratista del Instituto Nacional de Vías (INVIAS) y apoyados en el manual de señalización del año 2015, se determinó que son pocas las intervenciones en señalización en las diferentes vías de acceso al centro de peregrinación. Soportado lo anterior en el informe entregado por la Ingeniera Astrid Milena Sánchez (Ver anexo 3) (Ver anexo 4).

De acuerdo a la valoración de la señalización en las vías de acceso al centro de peregrinación se recomienda gestionar con la alcaldía proyectos de señalización turísticas que permita exponer o dar conocer el centro como sitio turístico del municipio.

Por otra parte, para la señalética se recomienda las instalaciones de las mismas dentro y fuera del centro de peregrinación para optimizar el tránsito de personas y vehículos mejorando el servicio turístico religioso.

4. Información y visita

De acuerdo con la valoración de este ítem la información respecto a la historia y servicios del sitio suministrada a propios y visitantes, es escasa y no contribuye al reconocimiento del mismo, debido a que solo manejan dos medios de comunicación: el primero es la estrategia de la voz a voz, que se define como que: “la mejor publicidad es la que hace un cliente satisfecho” (Philip Kotler, Gary Armstrong, *et al.*, 2011, p.94) y la segunda estrategia se basa en las entrevistas a medios regionales.

Conforme a lo anterior el centro de peregrinación necesita ampliar cobertura en suministro de información, generar mayor presencia en diferentes mercados, por ello se reitera la recomendación de implementar mejores estrategias en marketing para que poco a poco se consolide como destino turístico religioso, recordemos que el marketing según Kotler & Keller es “la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio” (2006, p. 5).

5. Servicios Turísticos

Según Cavassa. El servicio turístico es el “conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística” (2002, p. 45-46).

Algunos de estos servicios turísticos son: Agencias de viajes, Guía turístico, Servicios de salud, Servicios de restauración y Servicios de información entre otros; Sin embargo, en la valoración se evidencia que el centro de peregrinación carece del desarrollo óptimo del servicio en salud o seguridad, el servicio de guías y el servicio de restauración y se lo explica de la siguiente manera:

- Servicio de seguridad: se evidencia que el establecimiento no cuenta con la implementación de la normatividad de seguridad y señalización correctamente.
- Servicio de guía turístico: de acuerdo a las encuestas y valoración del sitio se observa que nunca ha contado con una persona capacitada como guía. No obstante, la comunidad siempre ha requerido de ello.
- Servicio de restauración: es totalmente nulo, debido a que el centro de peregrinación es considerado un lugar turístico de paso.

Para optimizar los servicios turísticos se exhorta a la administración del centro de peregrinación iniciar un proceso de articulación de prestadores de servicios turísticos para incrementar la calidad del servicio del lugar, en este caso se contemplan los 4 servicios anteriormente mencionados (salud, seguridad, restauración y guía turístico).

Finalmente, dentro de este ítem se incluye el contexto ambiental, teniendo en cuenta que el centro de peregrinación cuenta con una amplia cobertura forestal. Para este último elemento de servicios turísticos, se tuvo el apoyo del Ingeniero Ambiental Juan Manuel Moreno Rincón, quien entrega el siguiente informe técnico del centro.

Figura 33. Informe Ambiental Santuario de la Virgen Piendamó – Cauca



Nota: Elaboración propia

De acuerdo con la visita realizada el día 11 de noviembre del año 2019 se redacta la siguiente información.

- La vegetación existente está compuesta por especies propias de la zona de vida “bosque muy húmedo”, entre los cuales se encuentra vegetación rastrera, arbustiva y arbórea, además, se evidencia la presencia de especies foráneas que han sido sembradas en pro de mantener el estado de los caminos y generar una mejor visual; el estado del sendero es bueno, pero debe realizarse una mejor ampliación y extraer algunas raíces de árboles talados.
- El objetivo del santuario es seguir prestando los servicios de Sitio Religioso, Paisajístico y Fuente de Agua, por lo cual se recomienda fortalecer los cuidados de la vegetación nativa existente.
- Se observa que la señalética del lugar es poca y se encuentra muy desgastada, por ello se recomienda la actualización de señales y aumento de las mismas, en un material capaz de resistir la humedad del mismo como madera inmunizada o madera plástica.
- Los contenedores de residuos sólidos se encuentran totalmente desgastados y sin algún tipo de señal para identificarlos, es de suma importancia contar con los recipientes para

que agentes externos que se encuentran en los residuos no alteren el equilibrio de la naturaleza del lugar.

- Se recomienda crear y hacer efectivo un plan de acción de actividades complementarias, con el fin de evitar el deterioro del lugar; el mantenimiento de la vegetación debe ser con todos los cuidados necesarios para prevenir infecciones en las raíces, tallos y hojas. Además, previo a las visitas se debe dar información clara para la conservación del mismo y generar conciencia de sostenibilidad. A continuación, se muestra el registro fotográfico del camino a recorrer hasta el monumento de la Virgen (Ver Imagen 7).

Tabla 25. Registro fotográfico





Nota: Elaboración propia

6. Servicios religiosos

Siguiendo la valoración de los servicios religiosos del centro de peregrinación se determinaron los siguientes servicios

- Celebración de la eucaristía
- Oración personal
- Venta de productos de carácter religiosos
- Oración en comunidad (semana santa y novenas a la Santísima Virgen)
- Celebración de la aparición mariana (13 de mayo)

Para la valoración de los servicios religiosos no se tuvo en cuenta lo anteriormente mencionado. Es de resaltar que el santuario de la Virgen del Rosario hoy en día Centro de Peregrinación Mariano, empezó a ser denominado así y a ser parte de la iglesia a partir del día 17 de abril del 2018 a través del decreto No. 1366, donde queda establecido su cambio de razón de ser.

En síntesis, se valoró el proceso que se realiza para la celebración de la aparición mariana cada 13 de mayo, es un evento que acoge a un número significativo de peregrinos que llegan dispuestos a dar gracias y pedir fervorosamente a la virgen. Como resultado de esta valoración se percibe que falta gestión en el evento en términos de logística que incluye:

manejo de multitud, seguridad y profesional en pirotecnia, por lo tanto, se recomienda la creación de planes operativos para eventos que permitan su realización sin contratiempos (Planificación, Organización, Mando y Control).

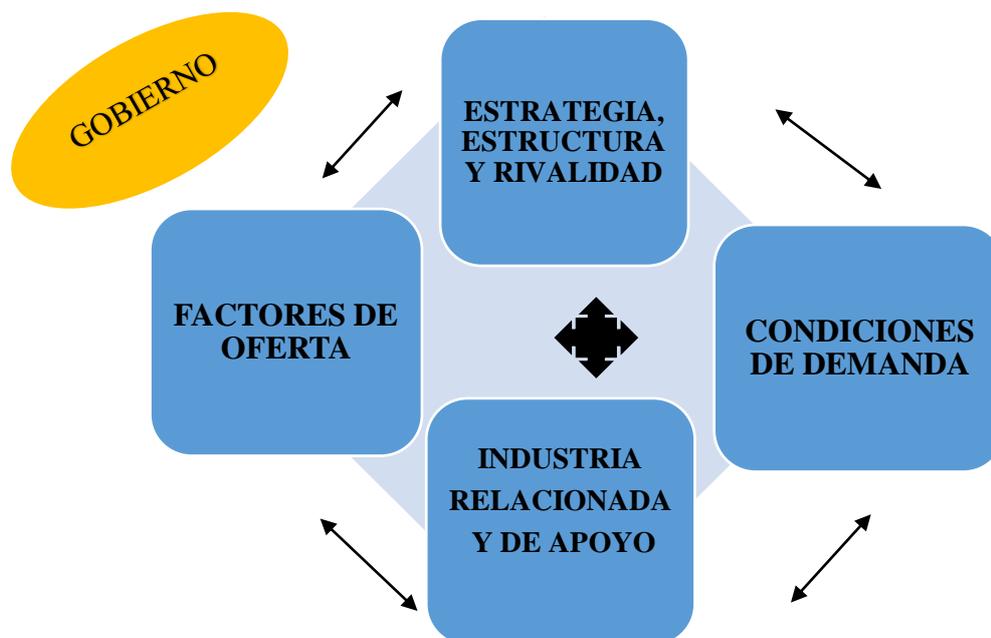
7. Modelos de gestión

Según González & Rivas señalan que:

Un modelo de gestión es una herramienta que puede ayudar a la coordinación de los actores del turismo en el territorio, su aplicación requiere tener como base un profundo y acabado conocimiento de las variables que son estratégicas para su sustentabilidad (una positiva imagen, por ejemplo) por lo cual deben ser identificadas, analizadas e implementadas con una frecuencia y técnica adecuada (2008, Consultado el 10 de noviembre del 2019).

Analizando el crecimiento del Centro de Peregrinación Mariano del municipio de Piendamó, no existe un modelo de gestión implementado, por ello y de acuerdo a la investigación se sugiere usar el modelo de diamante de Porter (ver figura 10).

Figura 34. *Modelo Diamante Porter 1980*



Nota: (Centro Europeo de Posgrado, 2019)

El diamante de Porter está constituido por 4 pilares, factores de oferta, condiciones de demanda, estrategia, estructura, y rivalidad, e industria relacionada y de apoyo; es un sistema que se retroalimenta, cada pilar se puede analizar independientemente, pero los 4 están interconectados de forma que el desarrollo de uno afecta el otro.

En el primer pilar encontramos los factores de oferta, se hace referencia a los factores que componen el servicio. En el centro de peregrinación se contemplan como oferta la infraestructura y los servicios religiosos.

En el segundo pilar se incluyen las condiciones de la demanda, se hace referencia principalmente a que el cliente siempre será una fuerza directa de nuestros servicios, por ello se debe estar bien informado de las necesidades que ellos exponen, ya que esta información sirve para la creación de nuevas ventajas competitivas. En el caso de este estudio, se interactuó con la demanda a través de encuestas que permitieron el análisis de varios elementos que

necesitan ser mejorados para fortalecer el crecimiento turístico y su planificación. Algunos de estos elementos fueron: los servicios turísticos, los servicios religiosos y el marketing.

En el tercer pilar hallamos la estrategia, estructura, y rivalidad o competencia directa, es decir, otros destinos turísticos de carácter religioso en el municipio de Piendamó y municipios aledaños. Actualmente, no se tiene conocimiento de un destino con el mismo producto ofertado (centro de peregrinación); así que este elemento se analizaría desde lo regional, donde se entraría a investigar como posible competidor al Santuario de nuestra señora del Rosario de las Lajas en Ipiales Nariño.

En el cuarto pilar esta la industria relacionada o sectores auxiliares, aquí se hace referencia al clúster teniendo en cuenta el sitio en el que se basa la investigación. Según Michel Porter (Citado en Monroy Merchán, 2016) popularizo el concepto de clúster como un “grupo geográficamente próximo de compañías interconectadas y asociadas a instituciones en un campo particular, vinculadas por algo en común y por la complementariedad entre ellas”.

Dentro del diamante de Porter se considera al gobierno, teniendo en cuenta que se pueden obtener beneficios por medio de proyectos para el desarrollo económico de ambas partes destino y localidad. Por otra parte, el diamante evalúa el azar, que se considera como aquellos imprevistos que se generan con el paso del tiempo y desarrollo de cada actividad en pro del crecimiento del destino.

8. Accesibilidad

La participación en estos espacios de las personas con movilidad reducida ha tenido un incremento significativo en estos últimos años, esta tendencia se ha traducido en una mayor presencia y visibilidad de este grupo en todos los aspectos de la vida social, económica y cultural, incluido el turismo (Flujas, 2006 : 5).

En Colombia el censo de personas con movilidad reducida se realiza con el fin de mejorar las condiciones para ellos, se lleva a cabo mediante programas de apoyo, oportunidades, y desarrollo de políticas igualitarias.

De acuerdo con la información del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) en el último censo del 1ro de noviembre del 2010 de personas con movilidad reducida, en Colombia son 260.003 personas con movilidad reducida, en el departamento del Cauca son 8.667 y en el municipio de Piendamó son 269 habitantes con problemas de movilidad. Basados en las estadísticas la Organización Mundial del Turismo hablo del turismo accesible, donde lo definen como “aquel que pretende facilitar el acceso de las personas con discapacidad a los servicios turísticos” (2010). Es decir, posibilita que las personas con discapacidad permanente o temporal cuenten con las condiciones adecuadas de seguridad y autonomía para el desarrollo de sus actividades en ámbitos físicos, en la prestación de servicios y en los sistemas de comunicación. Lo que ha generado que la mayoría de destinos realicen varios cambios en infraestructura y servicios para ofrecer un servicio de calidad e igualitario.

Así que de acuerdo con la OMT en materia de accesibilidad el centro de peregrinación no posee ningún plan y/o programa que permita una atención de calidad para las personas con movilidad reducida, con base en los resultados de los informes ambientales y arquitectónicos realizados en el curso de la investigación no es factible la construcción de una rampa de acceso al centro de peregrinación, debido a las condiciones topográficas del lugar, es decir, una pendiente pronunciada, lo que influye directamente en el crecimiento de la demanda del sitio (Moreno Rincón ,2019); (Páez Carvajal, 2019).

Referente a la accesibilidad vial, el centro de peregrinación actualmente es un lugar accesible debido a su ubicación cercana a la vía nacional panamericana ya que constantemente es intervenida, así como lo demostró la encuesta realizada previamente.

En cuanto a la accesibilidad interna y turística el sitio religioso demuestra que necesita intervenir de manera primordial la infraestructura para contribuir a su desarrollo y ofrecer así un servicio óptimo para todo tipo de turista.

9. Seguridad

De acuerdo con Grünewald presidente de la fundación Turismo Para Todos en Argentina, define la seguridad turística como “la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras, he involucra una serie de aspectos que podemos englobar básicamente en siete puntos” (2000, p. 19)

- **SEGURIDAD PÚBLICA:** Sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino, disminuyendo el porcentaje de situaciones de conflicto, principalmente los hechos delictivos -casos de robos y hurtos- y los accidentes
- **SEGURIDAD SOCIAL:** Sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino ante problemas sociales como movilizaciones, huelgas, etc.
- **SEGURIDAD MÉDICA:** Sistema de prevención, emergencia y protección que permite la asistencia médica al visitante antes de viajar o durante su desplazamiento en el destino turístico.
- **SEGURIDAD INFORMATIVA:** Sistema de comunicación que permite el conocimiento de la oferta del destino.

- **SEGURIDAD ECONÓMICA:** Sistema de reaseguro del viajero para prevenir riesgos desde la óptica económica.
- **SEGURIDAD DE LOS SERVICIOS TURISTICOS:** Sistema que permita la protección del turista durante el desplazamiento por los distintos establecimientos de servicios turísticos y recreativos (hotel, restaurante, agencia de viajes, etc.) del destino turístico.
- **SEGURIDAD EN EVENTOS:** Sistema que permite la protección durante la realización o participación de un evento deportivo, musical, recreativo, etc. del visitante del destino.

Pero de acuerdo a la información recopilada durante el desarrollo de la investigación se consideró evaluar la seguridad turística alrededor de 3 perspectivas, que son las siguientes

- Protección al visitante del delincuente
- Protección del atractivo del visitante
- Protección del visitante del atractivo

De acuerdo a la ubicación del centro de peregrinación, este es vulnerable frente a los grupos al margen de la ley, en este punto se prevé como recomendación, la gestión de un convenio con la policía del municipio desde la dependencia secretaria de gobierno con el fin de tener mayor actividad de la policía en la zona, para garantizar la seguridad de los turistas que conlleva a su continua visita al destino.

En el punto de proteger al atractivo del visitante, se evidencia la falta de un buen uso de las herramientas de señalización y señalética, que sirven de apoyo para conservar el atractivo y mitigar algunas acciones de los turistas que puedan afectar algún elemento que compone el servicio turístico.

Finalmente, en el punto de proteger al visitante del atractivo, se sugiere la realización de planes de control del destino para las posibles mejoras a considerar y fortalecer el mantenimiento de lo que ya está establecido en el sitio turístico.

4.2.Recomendaciones basadas en el resultado arrojado por la valoración

- Se sugiere a la dirección del Centro de Peregrinación Mariano elaborar un plano topográfico del lugar para la planificación de las posibles intervenciones en infraestructura.
- Se recomienda solicitar a facultades de arquitectura e ingeniería ambiental en las universidades de la ciudad de Popayán, proyectar como trabajo de grado en modalidad de pasantía el proyecto de “Mejoramiento e implementación del sendero ecológico y religioso del Centro de Peregrinación Mariano”.
- Se propone actualizar los diferentes tipos de señalización y señalética dentro del Centro de Peregrinación Mariano, en material capaz de resistir la humedad del lugar como madera inmunizada o material plástico.
- Se plantea diseñar un programa de actividades complementarias en términos de mantenimiento estructural con el fin de evitar el deterioro del lugar prematuramente.
- Se aconseja efectuar el mantenimiento de la cobertura forestal por profesionales del área evitando impactar negativamente la vegetación
- Se exhorta a promover la conservación del equilibrio ecosistémico del Centro de Peregrinación cuando se realicen las intervenciones ambientales.
- Se motiva a establecer un plan de medios que permita implementar estrategias publicitarias para dar a conocer el destino.

- Se recomienda impulsar el apoyo de las instituciones públicas municipales para la conservación del Centro de peregrinación Mariano como patrimonio cultural y religioso del municipio.
- Se sugiere que se concrete convenios de seguridad con la Policía Nacional presente en el municipio de Piendamó para incrementar el nivel de confianza del turista e impulsar la fidelización del mismo con el destino.
- Se aconseja a la dirección del Centro de Peregrinación tener en cuenta el presente trabajo, y la guía de información del Centro De Peregrinación Mariano” como herramienta para optimizar la calidad del servicio ofertado.

4.3. Formulación de estrategias que aporten a la planificación turística del centro de peregrinación.

En este apartado final del trabajo, se exhiben las estrategias a considerar teniendo como base los resultados obtenidos en todo el proceso de investigación y aplicación de la metodología por completo. Estas estrategias son en torno a diversos factores que influyen en el desarrollo de un lugar como destino turístico.

Tabla 26. Estrategias de planificación “Centro de Peregrinación Mariano”

Línea base de estrategia	Línea estratégica	Estrategias	Actividades	Meta	Responsable	Presupuesto
SOSTENIBILIDAD	Patrimonio y Recursos	Restaurar el Patrimonio Histórico/Cultural Del Centro De Peregrinación Mariano (CPM)	Ejecutar planes de mantenimiento de los recursos del Centro de Peregrinación Mariano.	Alcanzar el 95% de conservación de los recursos del Centro de Peregrinación Mariano.	Administración Centro de Peregrinación	Por definir
	Medio ambiente	Protección del ambiente.	Adecuación de los recursos ambientales (Bosque y fuente hídrica).	Conservar la fuente hídrica y mejorar el 90% del sendero ecológico.	Administración Centro de Peregrinación	Por definir
TURISMO	Financiación	Fortalecer temas de inversión y estructura financiera.	Realizar planes de financiamiento a corto plazo para el sostenimiento del CPM.	Contar con al menos tres fuentes de financiación para el sostenimiento del Centro de Peregrinación Mariano.	Administración Centro de Peregrinación	Por definir
	Información	Entregar al peregrino información exacta y completa que le permita disfrutar del lugar.	Realizar y dar a conocer la guía de información turística sobre el CPM.	Alcanzar que el 95% de los peregrinos tengan información pertinente sobre el Centro de Peregrinación Mariano.	Administración Centro de Peregrinación	Por definir

	Seguridad	Contar con seguridad para el peregrino dentro del Centro de Peregrinación Mariano.	Gestionar convenios de seguridad para el peregrino.	Evitar en un 80% episodios de inseguridad durante el horario de apertura del Centro de Peregrinación Mariano.	Administración Centro de Peregrinación	Por definir
			Implementar señalética dentro del CPM.	Informar al 95% de los peregrinos la ubicación de las estaciones del Centro. Prevenir en un 90% accidentes de peregrinos dentro de las instalaciones del Centro.		Por definir
		Promover el adecuado uso y cuidado de los recursos e instalaciones del Centro de Peregrinación Mariano.	Implantar planes de uso y cuidado del CPM. (Capacitación)	Alcanzar que un 95% de los peregrinos tengan sentido de pertenencia por el lugar religioso.	Administración Centro de Peregrinación	Por definir
MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	Marketing Y Comunicación	Promocionar el Centro de Peregrinación Mariano, con el fin de que el municipio de Piendamó sea conocido por su patrimonio cultural religioso.	Diseño de página web y redes sociales con información turística del CPM.	Alcanzar un 95% de audiencia mediante la publicidad de la página web y redes sociales.	Administración Centro de Peregrinación	Por definir

	Comercio	Fortalecer la articulación de actores turísticos y sus servicios para el complemento de los mismos.	Realizar reuniones donde se socialicen los diferentes servicios aledaños al CPM para su complemento.	Alcanzar un 80% de articulación con entidades.	Administración Centro de Peregrinación	Por definir
TOTAL PRESUPUESTO						

Nota: Elaboración propia

Conclusiones

Es necesario enunciar que el objetivo fundamental de la presente investigación tuvo como punto de partida la implementación del proceso de valoración turística al Centro de Peregrinación Mariano de la Virgen del Rosario situado en el municipio de Piendamó en el departamento del Cauca. A su vez, en el desarrollo del proceso investigativo se rescatan las siguientes conclusiones:

Por consiguiente y rescatando lo expuesto en el primer objetivo, en lo que se refiere a la búsqueda y selección del modelo de valoración, se realizó un análisis documental de las investigaciones afines al presente trabajo de investigación; de tal forma que una vez se realizó la revisión de la información para la presente tesis, se seleccionó como metodología el “Modelo Guía De Valoración Turística Del Patrimonio Religioso: Los Templos De Jerez De La Frontera México”, debido a que contempla los factores que se deben considerar para que un centro de peregrinación se convierta en destino turístico, e indica los procedimientos y/o técnicas que se llevaron a la práctica para el desarrollo de la investigación. En efecto la elección del modelo en mención permitió aplicar el conjunto de acciones contempladas en el marco de la metodología ahí descritas; por tal razón la aplicación del modelo en el Centro de Peregrinación Mariano no experimento ninguna alteración.

Seguidamente, en el ejercicio de la descripción y puesta en práctica de la metodología, se requirieron 10 meses, sin sumar la revisión de los estudios teóricos previos para identificar la metodología implementada. Es de resaltar que dicha metodología fue utilizada en toda la investigación, siendo una herramienta útil, por lo cual, vemos posible considerarla para trabajos futuros en valoración de otros lugares con vocación turística religiosa.

Dicho lo anterior y teniendo en cuenta el “Modelo Guía De Valoración Turística Del Patrimonio Religioso: Los Templos De Jerez De La Frontera México” conviene decir que en el Centro de Peregrinación Mariano de la Virgen del Rosario, se plantearon los siguientes factores: Recursos Del Templo, Conservación y Mantenimiento, Promoción Del Templo, Señalización, Información y Visita, Servicios Turísticos, Servicios Religiosos, Modelo De Gestión, Accesibilidad y Seguridad. Y basados en toda la información obtenida de esta valoración se logró establecer que el Centro de Peregrinación Mariano no cuenta con todas las herramientas necesarias que contribuyan en el proceso de consolidación como destino turístico religioso.

Es oportuno decir que una vez obtenida la información teórica y la información de la valoración de los 10 factores, se efectuó una encuesta para obtener datos adicionales en torno a temas de interés que pueden contribuir a la mejora del lugar. No obstante inicialmente la metodología contemplaba la aplicación de encuestas a la población de turistas, pero no pudo ser aplicada dado que el 11 de marzo del año 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró emergencia sanitaria mundial por el virus (SRAS-CoV-2 COVID 19, el cual paso de ser una epidemia a ser pandemia; en concordancia Colombia se declara también en emergencia sanitaria, donde se implementaron restricciones como el cierre de diferentes lugares que albergaban grandes concentraciones de personas, lo que disminuyó el flujo de turistas a nivel nacional, en este caso disminuyó el flujo de turistas en el Centro de Peregrinación Mariano.

Por esta razón para no afectar el trabajo de campo se acudió al concepto de peregrino en vez del concepto de turista. Al respecto conviene decir que una vez recopilada toda la información se identificó que: el principal motivo de visita en el Centro de Peregrinación es la Devoción Mariana, la mayoría de los peregrinos se encuentran muy satisfechos con sus visitas, el 62.1% de los peregrinos encuestados visitan el Centro de Peregrinación de 2 a 4 veces al año

y el 99.5% consideran que el Centro de Peregrinación debe tener más apoyo de las entidades e instituciones públicas.

Finalmente, del trabajo se definieron tres líneas estrategias de acción, las cuales están enfocadas a la sostenibilidad, marketing, comercio y turismo donde se definieron varias estrategias, por mencionar están: Protección del ambiente, Fortalecer temas de inversión y estructura financiera, Contar con seguridad para el peregrino dentro del Centro de Peregrinación Mariano y Fortalecer la articulación de actores turísticos y sus servicios para el complemento de estos. Cada una de ellas para que sean consideradas por quienes gestionan para el Centro de Peregrinación en su proceso de consolidación como destino turístico religioso.

Referencias bibliográficas

- Arias, F.G. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme, C.A.
- Alcaldía de Piendamó. (2016). *Piendamó*. Obtenido de http://recursos.normalpopayan.edu.co:8983/wikipedia_es_all_2017-08/A/Piendam%C3%B3.html
- Alcaldía de Piendamó. (2019). Plan de Desarrollo Territorial “Pacto Comunitario por La Paz 2020 – 2023”
- Alejandra Cecilia Reyes Palacios, J. L. (2017). *Valoración del paisaje y evaluación del potencial interpretativo como herramienta para el turismo sostenible en el Ecoparque Las Monjas (La Mesa, Cundinamarca)*.
- Archivo: *Ubicación del santuario Santísima Virgen de Piendamó*. (s.f). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Ubicacion_del_santuario_Santisima_Virgen_de_Piendamó.jpg
- Barbieri, M. S. (2016). *El mundo de la señalética*.
- Biblioteca electrónica de la Organización Mundial del Turismo -UNWTO. (28 de Marzo de 2019). *UNWTO Elibrary*. Obtenido de <https://www.ucasal.edu.ar/noticias/8134-biblioteca-electronica-de-la-organizacion-mundial-del-turismo-unwto.htm>
- Biblioteca Juan Roa Vasquez. (s.f.). *Science Direct*. Obtenido de <https://biblioteca.unbosque.edu.co/base-datos/science-direct>
- Biblioteca Univeritaria, Universidad de León. (2014). *¿Qué es un repositorio institucional?* Obtenido de <https://biblioteca.unileon.es/ayuda-formacion/repositorio-institucional>
- Bonta, P. y Farber, M. (1991). *Preguntas sobre marketing y publicidad*. Editorial Normal

- Castro, A. (2018). *Planeación turística*. Obtenido de <file:///C:/Users/Intel/Downloads/Presentaci%C3%B3n%20Planeaci%C3%B3n%20Turística-%20Agustiniana.pdf>
- Centro Europeo de Posgrado. (2019). *Diamante de Porter*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/el-diamante-de-porter.html>
- Congreso de la república de Colombia. (26 de Julio de 1996). Ley 300. Colombia
- Cruz Cerón, G. (2005). *Economía aplicada a la valoración de impactos ambientales Primera Edición*. Universidad de Caldas.
- DANE. (2010). *Censo Discapacidad*.
- Davis, R. (1960). *Método de Valoración Contingente (MVC)*.
- Decálogo de la Restauración. Criterios de Intervención en Bienes Muebles*. (2016). Biblioteca Virtual FAHUSAC.
- Del Saz Salazar , S. (1997 : 168). Los métodos indirectos del coste de viaje y de los precios hedónicos: Una aproximación. *Economía Agraria, n.º 179*, 167-190.
- Delgado , A., & Pantoja , F. (2016 p.233). Valoración del paisaje en una propuesta de turismo sostenible: la “Ruta del Oro”, Nariño (Colombia). *Revista Cuadernos de Geografía*, 233-253.
- Evaluación de los Ecosistemas del Milenio*. (2005). Obtenido de <https://www.millenniumassessment.org/es/About.html#1>
- Fandillo, P.L. (2010). Historia de Nuestra Señora de la Lajas. (Revista de cultura católica Tesoros de la Fe). Lima, Perú. Recuperado de <https://www.fatima.org.pe/articulo-573-la-maravillosa-historia-de-nuestra-senora-de-las-lajas>
- Fernandez, A. M. (2012, p.38). *La Virgen de Talpa: Religiosidad, turismo y sociedad*.
- Flujas, M. (2006 : 5). *Protocolo accesible para personas con dis- capacidad*. Fundación Once.

- García Quiroga , F., & Sotelo, M. (2011: 1-2). Transformaciones de las tendencias turísticas y su influencia en el medio ambiente: El estudio de caso de la Provincia de Ávila. *Revista electrónica de medio ambiente*, 1-17.
- García, M. (2014). *El método del coste de viaje*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/249218590/El-Metodo-Del-Coste-de-Viaje-Se-Aplica-a-La-Valoracion-Economica-de-Areas-Naturales-Que-Cumplen-Una-Funcion-Recreativa>
- Garrido Patiño, M. (07 de Mayo de 2016). *La Virgen de Piendamó* . Obtenido de <https://www.nuevocauca.com/virgen-de-piendamó/>
- Gil de Arriba, C. (2006). Turismo religioso y el valor de lo sagrado de los lugares: simbología identitaria y patrimonialización del monasterio de Santo Toribio de Liébana (Cantabria). *Cuadernos de Turismo*, 77-102.
- González López, M. J. (2015). *Análisis de los criterios de intervención en Bienes Eclesiásticos*. Grupo Español de Conservacion.
- González, R. &. (2008). *Modelo de gestión integral de destinos turísticos* . SERNATUR.
- Grunewald, L. (2000, p. 19). *Seguridad Turística. Fundacion TURISMO PARA TODOS*.
- Guerrero , E., & Zunda , M. (2018 : 15). Modelización y valoración integrada de los servicios ecosistémicos del Parque Mar Chiquito, Argentina. *Huellas Vol. 22*, 11-30.
- Gunn, C. (1979). *Tourism Planning*. New York: Crane Russak.
- Gutiérrez, M., & Otros. (2018). Valoración agroecoturística de Tepexilotla, Chocamán, Veracruz; desde la perspectiva del visitante. *Valoración agroecoturística de Tepexilotla*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación*. Interamericana Editores S.A. de C.V.
- ICONTEC. (01 de Abril de 1987, p. 1-7). NORMA TÉCNICA NTC 1461. Bogotá, Colombia.
- Ileana Ochoa Llamas, E. M. (2012). Valoración de un producto turístico . *TURyDes*.

- ISO 26000 Responsabilidad Civil. (2010). Suiza.
- Ivars, Joseph A., (2003). Planificación Turística, España: Síntesis.
- Jansson, A. (2000). Función de precios hedónicos de viviendas y adaptación del test Reset en modelos no lineales. aplicación del modelo Box & Cox a los precios de las viviendas de la ciudad de Catamarca, Argentina. *Pharos*.
- Joan, C. (1987). *"Imagen Global" 2da Edición*. Barcelona: CEAC.
- José Antonio López Sánchez, M. A. (2013). *Modelo -guía de valoración turística del patrimonio religioso: los templos de jerez de la frontera*. Universidad de Cádiz, UCA, Esp. & Fundación Tecnotur.
- Kotler, P., & Otros. (2000). *Dirección de marketing*. Madrid: Pentice Hall.
- Kotler, P., & Otros. (2011). *"Introducción al Marketing" (3a edición)*. Pearson.
- Kotler, C. G. (s.f.). *marketing* . Obtenido de marketing. La promocion.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing sexta edición*. México : Pearson Educacion.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Direccion de Marketing Duodecima edicion* . Mexico: PEARSON EDUCACION.
- La catedral de Sal* . (06 de Enero de 2019). Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20190106/453929369679/catedral-sal-subterrenea-colombia.html>
- Listin Diario. (2019). *Estampillas del Imposdom para las devociones marianas populares*. Obtenido de <https://listindiario.com/la-vida/2019/10/19/587553/estampillas-del-imposdom-para-las-devociones-marianas-populares>
- Lodoli, C. (1786). A. Memmo: Elementi dell'Architettura Lodoliana, 1786 del Vol. I, Cap. VI).
- López, J., & Otros. (2013). Modelo-guía de valoración turística del patrimonio religioso: los templos de jerez de la frontera. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 147-157.

- López Rondán, P., y Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa.
<https://ddd.uab.cat/record/129382>
- MaccCannell, D. (1973). *Staged authenticity: Arrangements of social space in tourism sittings*.
American Journal of Sociology, 79 (3), 589-603.
- Matosabreu, S. (s.f). *Gestión Administrativa de una empresa comercial*. Obtenido de
<https://www.monografias.com/trabajos25/gestion-administrativa/gestion-administrativa.shtml>
- McCONNELL, K. E. (1985). *The economics of outdoor recreation*.
- Millán Vázquez, M.G., Morales Fernández, E., y Pérez Naranjo, L.M. (2010). Turismo Religioso: Estudio del Camino de Santiago.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2008). Manual de señalización turística. Bogotá, Colombia.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-MINCIT. (2014). *Pueblos Patrimonio de Colombia*. Obtenido de <https://www.pueblospatrimoniodecolombia.co/>
- Monografías. (s.f.). *Gestión Administrativa de una empresa comercial*. Obtenido de <http://www.monografias.com>
- Motta, R. S. (1997 : 27). *Manual para valoração econômica de recursos ambientais*. Rio de Janeiro.
- Monroy Merchán, M.L. (2016). El concepto clúster ¿Expectativas o realidades posibles?: el caso Medellín-Colombia-1ª ed-Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO, 2016.
- Mora Jácome, V., Ludeña Reyes, A.P., Ochoa Ochoa, T.J., y Sánchez Cevallos, E. (2017). Motivaciones del turista religioso-Peregrino y su satisfacción. *International Journal of Professional Business Review*, 3 (1), 50-68

- Mora Torres, V.M., Serrano Barquín, R.C., Osorio García, M. (2017). El vínculo turismo-peregrinación: Un acercamiento desde la producción científica en inglés y español. *Revista Estudios y Perspectivas*, 26, 86-106.
- Muñoz, C., Pérez, B., & Navarrete, M. (2017). La importancia del turismo religioso en México. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 133-146.
- Ochoa Llamas, I., Conde, E. M., & Maldonado, E. (2012). Valoración de un producto turístico. *TURyDES*.
- OMT. (2013). II Conferencia de seguridad turística. Ciudad de Panamá.
- ONU. (1948). *Declaración de Derechos Humanos. Resolución 217A*.
- ONU. (2005). Evaluación Ecosistémica del Milenio.
- ONU. (2005). *Evaluación Ecosistémica del Milenio*.
- Parise, E. (2015). El origen de la Virgen Desatanudos. (Revista Clarín Buenos Aires). Buenos Aires, Argentina. Recuperado de https://www.clarin.com/ciudades/secreta-buenos-aires-origen-virgen-desatanudos_0_rkMRgwKP7g.html#:~:text=La%20leyenda%20m%C3%ADstica%20empez%C3%B3%20en,la%20relaci%C3%B3n%20con%20su%20esposa.&text=Fue%20cerca%20del%20a%C3%B1o%201700,la%20que%20desata%20los%20nudos
- Palmas, D., Serrano, R., & Gutierrez, J. (2017). Metodología del turismo armónico. Una propuesta de valoración de conocimientos para San Pedro Tultepec de Quiroga, Estado de México. *Revista Electrónica Nova Scientia*, 717 – 750.
- Pérez, L. &. (2013). *Propuesta de un modelo de gestión de la reputación online en las empresas turísticas. Turismo y desarrollo local*.
- Pineda, E. A. (2019). *Las cinco fuerzas competitivas de Porter*. Obtenido de https://www.academia.edu/38883973/LAS_CINCO_FUERZAS_COMPETITIVAS_DE_PORTER20190421_4879_abkhfv

- Porter, M. (1979). *Análisis de las cinco fuerzas*. Estados Unidos .
- PROCOLOMBIA. (2019). *El Santuario de las Lajas*. Obtenido de <http://www.colombia.travel/es/que-hacer/pacifica/pasto/experiencias/el-santuario-de-las-lajas>
- PROCOLOMBIA. (s.f., p. 4). *Turismo accesible*. Obtenido de https://procolombia.co/sites/default/files/turismo_accesible_1.pdf
- R de Duque, R., Leguizamón, M., & Herrera, B. (2010). Un modelo de intervención para la hotelería no formal como actor para la competitividad y sostenibilidad del destino turístico. *Turismo y Sociedad*, 201-218.
- Ramírez Cavassa, C. (2002). *Gestión administrativa para empresas turísticas México*. México
- Reyes, A., & Otros. (2017). Valoración del paisaje y evaluación del potencial interpretativo como herramienta para el turismo sostenible en el Ecoparque Las Monjas (La Mesa, Cundinamarca). *Turismo y Medio Ambiente*, 177-194.
- Revista Cambio. (2020). Virgen de Fátima: Conocer su historia y por qué se celebra el 13 de mayo. Mexico, D.C. Recuperado de <https://www.revistacambio.com.mx/cultura/virgen-de-fatima-conoce-su-historia-y-por-que-se-celebra-el-13-de-mayo/>
- Revista Clarín. (2018). Celebración religiosa Día de la Virgen de Guadalupe: historia y milagros de la Patrona, Emperatriz y Madre de las Américas. Argentina. Recuperado de https://www.clarin.com/sociedad/dia-virgen-guadalupe-historia-milagros-patrona-emperatriz-madre-americas_0_EsaGPcvIn.html
- Riera , A. (s.f.). *Una aplicación del método de valoración contingente al espacio natural de formentor: resultados preliminares*. Obtenido de <https://old.aecr.org/web/congresos/1999/25RER/paginas/III5.html>
- Sánchez, I. (28 de abril 2020), Comunicación Personal.

- Salazar, S. d. (1997). *Los métodos indirectos del coste*.
- Sarasa, J. L., & Espejo, C. (2006). Interacción mito religioso/producto turístico en la imagen de la ciudad: Caravaca de la cruz (Murcia)”, en Cuadernos de Turismo, *Cuadernos de Turismo*.
- Sabatés, L.A., y Sala Roca, J. (2020). La revisión de la literatura científica: Pauta, procedimientos y criterios de calidad. (Tesis de posgrado, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Scopus. (s.f.). Obtenido de <https://biblioteca.unbosque.edu.co/base-datos/scopus>
- Serralonga, S. y K. Hakobian (2011). *Turismo Religioso y Espacios Sagrados: Una propuesta para los santuarios de Catalunya*. Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR, Penedo, Vol.1Nº 1 1:63-82.
- Servicios turísticos: Conceptos y generalidades*. (s.f). Obtenido de <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Giedion S. (1941). Sigfried Giedion (Space, Time and Architecture, Harvard .. Versión castellana: Espacio, Tiempo y Arquitectura, Ed. Dossat, Madrid, 1979. Trad. Isidro Puig Boada, pág. 21.)
- Souto, M. G. (14 de Noviembre de 2009). *Concepto de Advocación Mariana*. Obtenido de <http://asociacionprogreso.blogspot.com/2009/11/concepto-de-advocacion-mariana.html>
- Stanton, E. W. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Vol. 13a. Edición). Interamericana.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing*.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *Proceso de Investigación Científica*. Mexico: Limusa.
- Tamayo, M. T. (2003 p. 35). *El proceso de la investigación científica*. Mexico: EDITORIAL LIMUSA, S.A.

- Teoría y Práctica del Mercadeo.* (s.f). Obtenido de <https://teoriaypracticamercadeo.tumblr.com/post/117558925737/promoci%C3%B3n/amp>
- Thompson, I. (Enero de 2006). *Concepto de Marketing*. Obtenido de <https://www.marketing-free.com/marketing/concepto-marketing.html>
- Tobón Perilla, S., & Tobón, N. (2013). Turismo religioso: Fenómeno social y económico . *Anuario Turismo y Sociedad, vol. XIV, 237-249.*
- Tomás López Guzmán, M. A.-A. (2015). *El turismo en cabo verde: Perfil y valoración del viajero*. Universidad De Cordoba España; Universidad De Algarve Portugal; Universidad Tecnológica de Santiago; Republica Dominicana; Universidad de Granada.
- Tomio, M., & Otros. (2015 p.174). Valoración económica ambiental en el turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo, 172 – 187.*
- Universidad de los Andes. (05 de Agosto de 2012). *Historia de Bogotá*. Obtenido de <https://historiadebogota.wordpress.com/2012/08/05/el-cerro-de-monserrate/>
- Vasallo, Y., & Otros. (2011). Valoración del índice de actuación sostenible de productos turísticos en el destino sol y playa Varadero. *Revista Cubana de Investigaciones Turísticas.*
- Velasco, I, (15 de noviembre 2019, Comunicación Personal.
- Velasco, I, (06 de febrero 2021), Comunicación Personal.
- Velasco González M. (2009: 2) *Gestión Turística del Patrimonio Cultural: Enfoques para un Desarrollo Sostenible del Turismo Cultural*. Madrid.

Vázquez, V. (2007 : 93). Valoración de las condiciones naturales asociadas con el desarrollo de la actividad turística en el estado de San Luis Potosí, México. *Espacio y Desarrollo* N° 19, 93-103.

Vera Vélez, L. &. (1996). *Metodología de la Investigacion Cualitativa*. Granada (España): Ediciones Aljibe.

Vicente, L., & Pastor, E. (2009, p.34). *Otras formas de turismo*. Mexico: Trillas.

Vida, R. (17 de 04 de 2017, Párr. 1). Colombia, entre los diez países más católicos del mundo. *El Tiempo*.

Wijk, M. (2000). *Concepto europeo de accesibilidad*. . Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales - Instituto de Migraciones y Servicios Sociales.

Anexos

Anexo 1. Encuesta

Encuesta De Opinión Centro De Peregrinación Mariano. Piendamó Cauca	
<p>Estimado visitante. La presente encuesta es con el motivo de evaluar su visita al Centro De Peregrinación, la encuesta es anónima y solo tendrá uso académico. Sus respuestas son muy importantes para nosotros, debido que ayudaran a mejorar la calidad del lugar.</p> <p>Marca con una X donde corresponda y escribe tu opinión. Gracias por tu colaboración.</p>	
Edad _____	Genero <input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Femenino
1. Para usted ¿Cuál es la definición correcta del turismo? <input type="radio"/> Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros. <input type="radio"/> La teoría y la práctica de viajar, viajando por placer. <input type="radio"/> El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico <input type="radio"/> Desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. <input type="radio"/> Turismo es la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y	2. Conforme a la pregunta anterior ¿Sabe usted que es turismo religioso? <input type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO

<p>voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales.</p>	
<p>3. ¿Cuál es su motivo de visita al Centro de peregrinación mariano del municipio?, Coloquialmente conocido como el “Santuario de la Niña Dorita”.</p> <p><input type="radio"/> Agradecimiento <input type="radio"/> Devoción Mariana <input type="radio"/> Conocer lugares nuevos <input type="radio"/> Reflexión espiritual <input type="radio"/> Todas las anteriores</p>	<p>4. Para usted, ¿Cuál es la característica más atractiva del centro de peregrinación?</p> <p><input type="radio"/> Templo <input type="radio"/> Salón de la memoria <input type="radio"/> Oratorio <input type="radio"/> Monumento a la Virgen <input type="radio"/> Todas las anteriores</p>
<p>5. En general ¿Qué tan satisfecho se siente con su visita al Centro de Peregrinación?</p> <p><input type="radio"/> Muy satisfecho/a <input type="radio"/> Algo satisfecho/a <input type="radio"/> Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a <input type="radio"/> Algo insatisfecho/a <input type="radio"/> Muy insatisfecho/a</p>	<p>6. De lo que ha observado en su visita ¿Qué se debe mejorar?</p> <p><input type="radio"/> Gradería hacia el descenso al monumento <input type="radio"/> Acceso para personas con movilidad reducida <input type="radio"/> Seguridad <input type="radio"/> Ampliación del templo <input type="radio"/> Señalización e Iluminación</p>
<p>7. Basado en su visita ¿Cuál es la probabilidad que recomiende el Centro de peregrinación como lugar turístico religioso?</p> <p><input type="radio"/> Ya lo recomiendo. <input type="radio"/> Es muy probable. <input type="radio"/> Es probable. <input type="radio"/> Es poco probable. <input type="radio"/> Es muy poco probable</p>	<p>8. ¿Cuántas veces al año visitas el centro de peregrinación?</p> <p><input type="radio"/> Primera vez <input type="radio"/> 2-4 veces <input type="radio"/> 5-7 veces <input type="radio"/> 8-10 veces <input type="radio"/> Más de 10 veces</p>
<p>9. ¿Cree que el número de turistas es?</p> <p><input type="radio"/> Alto <input type="radio"/> Medio <input type="radio"/> Bajo <input type="radio"/> Muy Bajo <input type="radio"/> No sabe / No responde</p>	<p>10. ¿En qué mes considera usted existe mayor afluencia de visitantes?</p> <p><input type="radio"/> Enero – Marzo <input type="radio"/> Abril - Junio <input type="radio"/> Julio - Septiembre <input type="radio"/> Octubre – Diciembre <input type="radio"/> No sabe / No responde</p>
<p>11. ¿En cuánto tiempo cree usted que la zona podría promover el turismo?</p>	<p>12. En caso de optimizar/regenerar/mejorar/Construir los diferentes elementos del</p>

<p> <input type="radio"/> 8 meses a 11 meses <input type="radio"/> 1 año a 2 años <input type="radio"/> 3 años a 5 años <input type="radio"/> 6 años a 8 años <input type="radio"/> No sabe / No responde </p>	<p> centro de peregrinación que anteriormente están planteados. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? </p> <p> <input type="radio"/> \$0 - \$5000 <input type="radio"/> \$5001 - \$7000 <input type="radio"/> \$7001 - \$ 10.000 <input type="radio"/> \$10.001 - \$20.000 <input type="radio"/> Donativos </p>																														
<p> 13. Después de conocer su opinión frente a su visita, ¿cómo llego al centro de peregrinación?, es decir, ¿Por cuál medio informativo conoció de la existencia del centro de peregrinación? </p> <p> <input type="radio"/> Recomendación de un amigo <input type="radio"/> Comunicados en las celebraciones eucarísticas <input type="radio"/> Perifoneo <input type="radio"/> Páginas web (redes sociales) <input type="radio"/> Noticias </p>	<p> 14. Siendo 5 Excelente, 4 Muy Bueno, 3 Bueno, 2 Regular y 1 Debe mejorar. Usted como califica. </p> <table border="1" data-bbox="759 667 1193 969"> <tr> <td>Vías de acceso</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Señalización</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Transporte</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alimentación</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hospedaje</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Vías de acceso						Señalización						Transporte						Alimentación						Hospedaje					
Vías de acceso																															
Señalización																															
Transporte																															
Alimentación																															
Hospedaje																															
<p> 15. Usted ¿Considera que la administración debería apoyar más la promoción del turismo? Si su respuesta es sí continúe, de lo contrario finalice la encuesta. </p> <p> <input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No </p>	<p> 16. ¿De qué manera se podría ayudar al centro de peregrinación para su desarrollo turístico? </p> <p> <input type="radio"/> Publicidad <input type="radio"/> Inversión <input type="radio"/> Guías Locales <input type="radio"/> Aplicaciones para teléfonos móviles <input type="radio"/> Desarrollar planes estratégicos en gestión turística </p>																														

Nota: Propia de la investigación (2020)

Anexo 2. Certificación días de mercado



ALCALDÍA MUNICIPAL
PIENDAMO CAUCA
NIT. 891.500.856-6
Secretaría de planeación e infraestructura



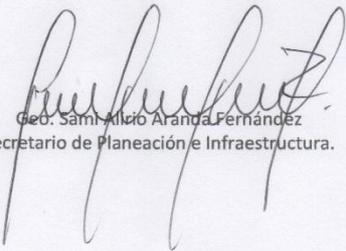
EL SUSCRITO SECRETARIO DE PLANEACIÓN E INFRAESTRUCTURA DEL
MUNICIPIO DE PIENDAMÓ –TUNÍA

CERTIFICA

Que una vez revisado el Plan Básico de Ordenamiento Territorial(PBOT) aprobado por el consejo municipal mediante acuerdo 028 de 2002, dimensión social 7.3-componente 7.3.4.13 literal 5. El cual cita:

“La mayor parte de la población masculina se dedica exclusivamente a las labores agrícolas y en particular al cultivo de café, las mujeres son amas de casa y su labor consiste en el mantenimiento de la armonía en el hogar. El principal centro de comercialización de productos se encuentra en Piendamó. El día de mercado es el sábado y además del café en ocasiones también venden yuca, plátano, tomate o frijol. También siembran algunas hortalizas para el consumo diario” pag 63.

Por lo anterior, todos los días de mercado obedecen a una dinámica cultural que está definida por las actividades comerciales de sus habitantes, ya que, el renglón económico principal es el cultivo de café el cual se ejerce en jornadas de ocho horas de lunes a viernes, siendo el sábado el día de mercado para habitantes rurales y urbanos y el miércoles como mercado complementario para quienes no pueden desplazarse el día habitual y para quienes sus actividad económica es el comercio de bienes y servicios, también, el hospital nivel uno, otorga citas médicas los días miércoles a usuarios de la zona rural y una vez realizados sus trámites adquieren productos en la plaza de mercado principal.
Para constancia se firma en Piendamó- Tunía a los 4 días de mayo de 2020.



Geo. Sami Alcívar Aranda Fernández
Secretario de Planeación e Infraestructura.

“Piendamó – Tunía Para volver a Creer”
Carrera 5ª No: 9-93 – Edificio CAM – Teléfonos: 8250 099 – fax 8 250 921
Página Web: www.piendamó-cauca.gov.co alcaldia@piendamó-cauca.gov.co

Nota: Propia de la investigación (2020)

Anexo 3. Carta: Solicitud de información vía 2601 Piendamó-Morales

REPUBLICA DE COLOMBIA
ALCALDIA MUNICIPAL
PIENDAMO-TUNIA CAUCA
TEL: 891 500 852-3
SECRETARIA DE PLANEACION E INFRAESTRUCTURA

PIENDAMO, 30 JUN 2020
30 - No. 1768

Señores:
INSTITUTO NACIONAL DE VIAS - INVIAS - TERRITORIAL CAUCA
ADMINISTRACION VIAL No: 4
Atte: Ing **ASTRID MILENA SÁNCHEZ**
Carrera 9 No. 25N-06
Contacto: (092) 8239629 - 8239692
Popayán Cauca

Asunto: Solicitud información vía 2601 Piendamó - Morales

Si es de su competencia, solicitamos a usted comedidamente informar a esta entidad territorial, si existe bajo su responsabilidad, estudios, diseños y proyecto de demarcación vial para la sección de influencia de la vía que de la cabecera municipal de Piendamó conduce al municipio de Morales, en especial el sector de ubicación del Santuario de la Virgen de Piendamó.

De existir dichos documentos, favor orientarnos a fin de solicitar la obtención de una copia.

Por su atención, mi agradecimiento

Sin otro en particular,


Geo. **SAMI ALIRIO ARANDA FERNANDEZ**
Secretario de Planeación e Infraestructura

Transcribió: YOLIMA PEÑA MELLIZO - Técnico Administrativo
Anejo: _____ folio(s)

Conveniones
Catastro Colombia

"Piendamó - Tunia Para volver a Creer"
Carrera 5ª No: 9-93 - Edificio CAM - Teléfonos: 8250 099 - fax 8 250.921
Página Web: www.piendamó-cauca.gov.co alcaldia@piendamó-cauca.gov.co

RA268879543 (10)
MANAJ. 4-72
JUNIO 30-2020

Nota: Propia de la investigación (2020)

Anexo 4. Respuesta solicitud de información vía 2601 Piendamó – Morales.



AMV GRUPO 4
CONTRATO 2639-2019

Popayán, 24 de julio de 2020

DBB-AMVCAU-171

Señor
SAMI ALIRIO ARANDA FERNANDEZ.
Secretario de Planeación e Infraestructura.
Piendamó - Cauca.

REFERENCIA 1768 DE 30 DE JUNIO DE 2020

ASUNTO: Respuesta señalización Ruta 2601 Morales - Piendamó.

Cordial saludo:

Teniendo en cuenta su solicitud de información en el comunicado de la referencia, respecto a estudios diseños y proyectos de demarcación vial bajo la responsabilidad de la Administración Vial, en el corredor Morales – Piendamó especialmente sector del Santuario de la Virgen de Piendamó, le informo que dentro de nuestras competencias no está adelantar directamente estudios ni diseños. Se establece las necesidades de las vías y puentes en materia de señalización vertical y horizontal, llevando un inventario de necesidades de señalización.

Para el presente año se priorizó como necesidad urgente la renovación de la línea central amarilla a lo largo del corredor vial, debido a los trabajos de parcheo que se adelantaron con el contrato de mantenimiento en ejecución. Por esta misma razón también se consideró necesario realizar la demarcación de algunas zonas escolares como la del PR04+0000. Adicionalmente se reportó la necesidad de instalar señales verticales preventivas que adviertan de la existencia de vías que confluyen a este corredor vial, que para el caso del manual de señalización vigente del Ministerio de Transporte corresponden a las SP 16 y SP17. La ejecución de estas obras de señalización, están sujetas a la disponibilidad de recursos de la entidad. Reiterando que deben ser priorizados los sitios más críticos entre los que se mencionan las diferentes zonas escolares que se encuentran a lo largo del corredor vial que va desde el PR0+0000 Morales hasta el PR17+0000 Piendamó.

Cabe destacar que en el sector del Santuario de La Virgen de Piendamó actualmente existe un reductor de velocidad y señalización vertical preventiva y reglamentaria, que se encuentra en buen estado y advierte la presencia de peatones en la zona. La señalización existente se relaciona a continuación.

N°	PR	COSTADO	TIPO DE SEÑAL	REGISTRO FOTOGRÁFICO
1	16+0078	DERECHO	SR30	
2	16+0138	IZQUIERDO	SR30	
3	16+0197	DERECHO	SP 04	
4	16+0222	DERECHO	SP 46	
5	16+0237	IZQUIERDO	SP 46	

N°	PR	COSTADO	TIPO DE SEÑAL	REGISTRO FOTOGRÁFICO
6	16+0369	IZQUIERDO	SP 46	
7	16+0396	IZQUIERDO	SR30	
8	PR16+0409	DERECHO	SR30	
9	PR16+0430	DERECHO	SP46	

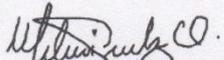
N°	PR	COSTADO	TIPO DE SEÑAL	REGISTRO FOTOGRÁFICO
10	PR16+0448	DERECHO	SP 25	
11	PR16+0460	DERECHO	SR30	
12	PR16+0480	IZQUIERDO	SP 04	
13	PR16+0520	DERECHO	SP 25 A EN EL SITIO SE ENCUENTRA UN REDUCTOR DE VELOCIDAD.	

N°	PR	COSTADO	TIPO DE SEÑAL	REGISTRO FOTOGRÁFICO
14	PR16+0520	IZQUIERDO	SP 25 A	
15	16+0528	IZQUIERDO	SR30	
16	16+0543	IZQUIERDO	SP25	
17	16+0579	DERECHO	SR30	

N°	PR	COSTADO	TIPO DE SEÑAL	REGISTRO FOTOGRÁFICO
18	16+0579	IZQUIERDO	SR30	
19	16+0739	IZQUIERDO	SR26	
20	16+0799	IZQUIERDO	SP 46	

Sin otro particular al respecto.

Atentamente,


ASTRID MILENA SÁNCHEZ O.
 Ing. Residente AMV G04

Con Copia: Archivo

Nota: Propia de la investigación (2020)

Anexo 5. Carta gestión de convenio de seguridad Centro de Peregrinación Mariano

24 de abril 2020

Secretaria de gobernación y desarrollo social comunitario
Pablo Andrés Gutiérrez

Asunto: Solicitud de gestión convenio de seguridad centro de peregrinación mariano

Respetuoso saludo

Yo Angie Sarria Campo, identificada con cedula de ciudadanía 1.061.760.342 exp Popayán Cauca, estudiante del programa del turismo de la universidad del Cauca estoy realizando el trabajo de grado en modalidad trabajo de investigación titulado PROCESO DE VALORACIÓN TURÍSTICA DEL CENTRO DE PEREGRINACION MARIANO DEL MUNICIPIO DE PIENDAMO CAUCA COMO INSTRUMENTO PARA PLANIFICACION TURÍSTICA. Dada la importancia de este centro de peregrinación para la comunidad y como posible eje dinamizador de la economía local, requiero conocer la disponibilidad de la secretaria para gestionar un convenio con la Policía Nacional del municipio a fin de brindar seguridad a los visitantes y turistas en dicho lugar en su horario de atención (08:00 am – 06:00 pm) y fechas de mayor concentración de peregrinos.

De antemano agradezco la atención prestada esperando pronta respuesta

Universitariamente

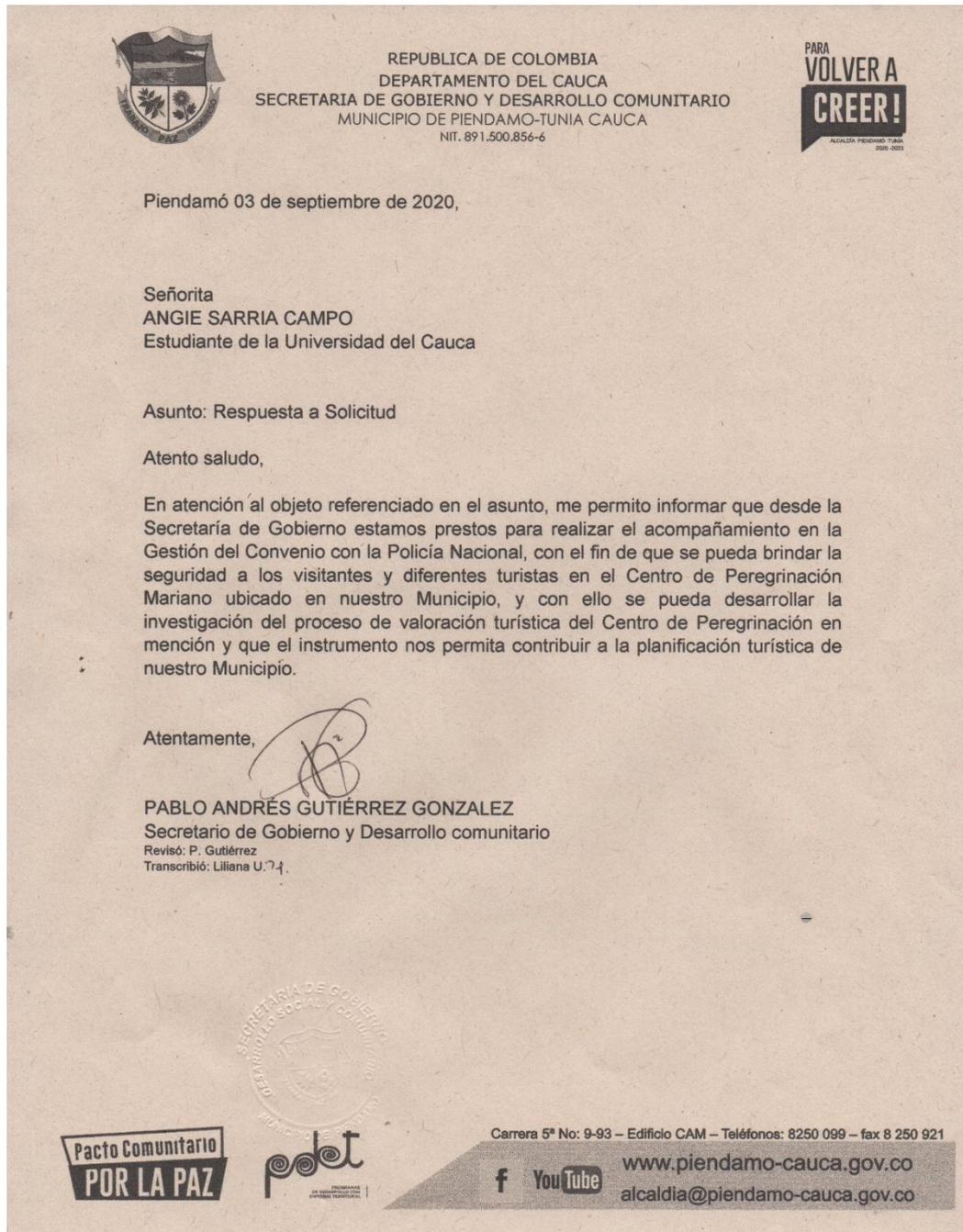
Angie Sarria C.

Angie Sarria Campo

Correo:angiesarria@unicauca.edu.co

Nota: Propia de la investigación (2020)

Anexo 6. Respuesta de carta convenio de seguridad Centro de Peregrinación Mariano.



Nota: Propia de la investigación (2020)